

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Deliane Souza dos Santos

**COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÃO NO FACEBOOK: ANÁLISE DAS  
POSTAGENS EM UM GRUPO COM A TEMÁTICA TRANSPORTE PÚBLICO**

Porto Alegre

2016

Deliane Souza dos Santos

**COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÃO NO FACEBOOK: ANÁLISE DAS  
POSTAGENS EM UM GRUPO COM A TEMÁTICA TRANSPORTE PÚBLICO**

Trabalho de Conclusão de Curso,  
apresentado como requisito parcial para a  
obtenção do grau em Bacharel em de  
Biblioteconomia, pela Faculdade de  
Biblioteconomia e Comunicação, da  
Universidade Federal do Rio Grande do  
Sul.

Orientador: Prof<sup>o</sup> Dr. Rodrigo Silva Caxias  
de Sousa

Porto Alegre

2016

## **UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Reitor: Prof. Dr. Carlos Alexandre Netto

Vice-Reitor: Prof. Dr. Rui Vocente Opperman

## **FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

Diretora: Profa. Dra. Ana Maria Mielniczuc Moura

Vice-Diretor: Prof. Dr. André Iribure Rodrigues

## **DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO**

Chefe: Profa. Dra. Maria do Rocio Fontoura Teixeira

Chefe Substituto: Prof. Dr. Valdir José Morigi

## **COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE BIBLIOTECONOMIA**

Coordenador: Prof. Dr. Rodrigo Silva Caxias de Sousa

Coordenador substituto: Prof. Me. Jackson da Silva Medeiros

### CIP - Catalogação na Publicação

Santos, Deliane Souza dos  
Compartilhamento de informação no Facebook:  
análise das postagens em um grupo com a temática  
transporte público / Deliane Souza dos Santos. --  
2016.  
62 f.

Orientador: Rodrigo Silva Caxias de Sousa.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade  
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de  
Biblioteconomia, Porto Alegre, BR-RS, 2016.

1. Compartilhamento de informação. 2.  
Compartilhamento de informação no Facebook. 3.  
Comportamento informacional. 4. Transporte público.  
I. Sousa, Rodrigo Silva Caxias de, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os seus dados fornecidos pelo(a) autor(a).

**Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – FABICO**

Rua Ramiro Barcelos, 2705 – Bairro Santana

CEP 90035007 – Porto Alegre – RS

Fone: (51) 3308-5067

Fax: (51) 3308-5435

E-mail: [fabico@ufrgs.br](mailto:fabico@ufrgs.br)

Deliane Souza dos Santos

**COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÃO NO FACEBOOK: ANÁLISE DAS  
POSTAGENS EM UM GRUPO COM A TEMÁTICA TRANSPORTE PÚBLICO**

Trabalho de Conclusão de Curso,  
apresentado como requisito parcial para a  
obtenção do grau em Bacharel em de  
Biblioteconomia, pela Faculdade de  
Biblioteconomia e Comunicação, da  
Universidade Federal do Rio Grande do  
Sul.

Aprovado em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016.

**Banca Examinadora**

---

Prof. Dr. Rodrigo Silva Caxias de Sousa  
Orientador

---

Prof. Dr. Rafael Port da Rocha  
Examinador

---

Maurício de Vargas Corrêa  
Examinador

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente eu gostaria de agradecer a minha família no todo, que muito unida sempre me deu apoio para chegar até aqui.

Mas gostaria de agradecer principalmente ao meu pai Alex, por ajudar a me tornar a pessoa que eu sou hoje e por ter me dado muito amor.

A minha mãe Saionara que mesmo com poucas condições sempre se esforçou pra nos dar as coisas, mãe eu te amo.

A minha vó Maria, minha companheira do dia a dia que amo muito.

Aos meus irmãos Thais e Alex Sandro pelo amor, companheirismo, cumplicidade e apoio em todas as condições.

A minha irmã caçula Eduarda e minha sobrinha Thaise por me dar amor e carinho.

A minha tia Adriana por sempre se preocupar comigo, com a minha educação, por ter me dado muitos livros quando criança e por ser minha inspiração.

A minha tia Jaqueline, por ser uma tia coruja, por se preocupar com o meu futuro, por me dar muito amor e atenção e por ser uma segunda mãe.

Gostaria de agradecer a minha segunda família, a minha família de coração, aqueles que eu escolhi pra amar. Minhas amigas, Aline P., Aline A. e Vanessa. E as que estiveram juntas comigo nessa caminhada árdua de estudos, de encontros e desencontros, de choros e risadas e de muita esperança, Regina, Bianca e Andresa, obrigada por vocês existirem na minha vida.

Ao Davi e Margarita Unicovski por me levarem todos os dias pra para fazer as provas vestibular e por serem meus segundos pais durante um tempo.

Aos profissionais que passaram na minha vida, Karen Triches, Graciela Travessas, Matilda Minuzzo e Andressa Balverdu que contribuíram muito para minha formação.

Aos meus professores de toda a vida, que me ensinaram muito, e principalmente ao meu orientador Rodrigo da Silva Caxias de Sousa por me acolher, me auxiliar e não desistir de mim.

Por fim, gostaria de agradecer a todas as pessoas que passaram pela minha vida e que contribuíram um pouco para eu ser quem sou hoje, colegas da faculdade, trabalho, amigos, colegas de teatro, pessoas que me fizeram e me fazem feliz.

“Uma das coisas mais inteligentes que um homem e uma mulher podem saber é saber que não sabem. Aliás, só é possível caminhar em direção à excelência se você souber que não sabe algumas coisas. Porque há pessoas que, em vez de ter humildade para saber que não sabem, fingem que sabem. Pior do não saber é fingir que sabe. Quando você finge que sabe, impede um planejamento adequado, impede uma ação coletiva eficaz. Por isso, a expressão “não sei” é um sinal de absoluta inteligência.”

**Mario Sergio Cortella**

## RESUMO

O computador aliado a internet passou a ser uma grande ferramenta de comunicação, onde as informações passam a fluir de maneira acelerada. Nesse cenário surgem aos sites de redes sociais que proporcionam interação e troca de informações com outras pessoas. O Facebook é uma das redes sociais mais utilizadas no Brasil e no mundo e os grupos virtuais que podem ser identificados através dele têm um papel importante no compartilhamento de informação. O objetivo deste estudo é analisar as postagens sobre transporte público compartilhadas pelos membros de um grupo a favor da luta pelo transporte público no Facebook. A metodologia baseou-se na análise de conteúdo aplicada nas publicações sobre transporte público, com intuito de investigar as estratégias de composição das postagens, suporte de apresentação, fontes de informação preferenciais e os temas das postagens. Conclui que o compartilhamento de informação pode influenciar no comportamento de uso e busca da informação dos membros do grupo, pois estes produzem, compõem textos hipertextuais e os compartilham influenciados pela necessidade de informação a partir de eventos que ocorrem no seu meio social.

**Palavras-chave:** Compartilhamento de informação. Compartilhamento de informação no Facebook. Transporte público. Comportamento informacional.

## ABSTRACT

The computer ally the internet has become a great communication tool where information goes to flow at an accelerated pace. In this scenario come to social networking sites that provide interaction and information exchange with others. Facebook is one of the social networks most used in Brazil and in the world and the virtual groups that can be identified through it have an important role in sharing information. The aim of this study is to analyze the posts on public transport shared by members of a group in favor of the struggle for public transport on Facebook. The methodology was based on content analysis applied to public transport on publications, in order to investigate the composition strategies of posts, presentation support, preferred information sources and the themes of the posts. It concludes that the sharing of information can influence the usage behavior and search information of the group members, as they produce, compose texts and hypertext share influenced by the need for information from events that occur in their social environment.

**Key-words:** Information sharing. Information sharing on Facebook. Public transportation. Information behavior.





## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|  |    |
|--|----|
| Figura 1 – Redes centralizadas, descentralizadas e distribuídas..... | 17 |
| Figura 2 – Resultado relatório trimestral de usuários .....          | 19 |
| Figura 3 - Pirâmide das necessidades de informação.....              | 27 |
| Figura 5 - Fluxograma da aplicação da análise de conteúdo .....      | 42 |
| Figura 6 – Postagem 4 .....  | 47 |
| Figura 7 – Postagem 6 .....  | 48 |
| Figura 8 – Postagem 12 .....   | 49 |
| Figura 9 – Postagem 16 .....   | 51 |

## LISTA DE QUADROS

|   |    |
|---|----|
| Quadro 1 – Configurações de privacidade para grupos ..... | 21 |
| Quadro 2 – Categorias instrumentais.....                  | 40 |
| Quadro 3 – Categorias metodológicas .....                 | 41 |
| Quadro 4 – Subcategorias.....                             | 41 |
| Quadro 5 – Fontes de informação.....                      | 45 |
| Quadro 6 – Principais comentários da Postagem 12 .....    | 50 |
| Quadro 7 – Tema da postagem.....                          | 52 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 1- Gênero documental .....                      | 43 |
| Gráfico 2 – Estratégias de composição da postagem ..... | 44 |

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO .....</b>   | <b>13</b> |
| <b>1.1 Justificativa.....</b>   | <b>14</b> |
| <b>1.2 Objetivos .....</b>  | <b>15</b> |
| 1.2.1 Objetivo Geral .....  | 15        |
| 1.2.2 Objetivos específicos.....  | 15        |
| <b>2 CONTEXTUALIZANDO O CAMPO DE ESTUDO A PARTIR DAS REDES<br/>SOCIAIS.....</b>                 | <b>16</b> |
| <b>2.1 Redes sociais na internet .....</b>  | <b>18</b> |
| <b>2.2 O Facebook.....</b>  | <b>18</b> |
| 2.2.1 Os grupos no Facebook .....   | 20        |
| <b>3 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>   | <b>24</b> |
| <b>3.1 Conceitos e novas ampliações conceituais dos estudos de usuários.....</b>                | <b>24</b> |
| <b>3.2 Fontes de informação .....</b>   | <b>33</b> |
| <b>3.3 Composição textual a partir de hipertextos .....</b>                                     | <b>35</b> |
| <b>4 METODOLOGIA .....</b>  | <b>37</b> |
| <b>4.1 Análise de conteúdo: uma opção decorrente da exploração do objeto de<br/>estudo.....</b> | <b>37</b> |
| <b>4.2 Pré-exploração do material ou leituras flutuantes do corpus .....</b>                    | <b>39</b> |
| <b>4.3 Seleção das unidades de análises.....</b>  | <b>39</b> |
| <b>4.4 O processo de categorização e sub-categorização .....</b>                                | <b>40</b> |
| <b>5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS .....</b>  | <b>43</b> |
| <b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>   | <b>55</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>   | <b>57</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

A Revolução Tecnológica gerou grande influência no nosso comportamento, principalmente quando o computador passou a fazer parte do cotidiano das pessoas. Esse instrumento aliado à internet passou a ser uma grande ferramenta de comunicação, onde as informações passaram a fluir de maneira acelerada. Com a variedade de dispositivos de comunicação disponíveis no mercado, a internet passou a ser umas das principais ferramentas para a interação com pessoas em outros continentes, permitindo transferências bancárias, ler jornais, ver filmes, e principalmente para acesso a informação.

Nesse cenário surgem os sites de redes sociais que passam a ser cada vez mais utilizados para a interação e troca de informações com outras pessoas, o que se caracteriza como um novo ambiente de circulação da informação. O Facebook é uma das redes sociais mais utilizadas no Brasil e no mundo. Além de uma rede de relacionamentos, ele tem como principal missão propiciar as pessoas o compartilhando de informação. Nesse sentido, observamos também o surgimento de grupos e comunidades virtuais que reúnem pessoas em torno de interesses em comum para trocas de informações. Hoje, milhões de pessoas estão cadastradas no Facebook e fazem parte de diversos grupos e comunidades nesse espaço.

Os grupos virtuais que podem ser identificados através do Facebook têm um papel importante no compartilhamento de informação, pois de acordo com seu tema os usuários podem escolher de quais irão fazer parte, optando por grupos de assuntos de seu interesse. A pesquisa foi desenvolvida em um grupo no Facebook composto por diversas organizações e pessoas que lutam a favor da construção um transporte público de qualidade e contra o aumento da tarifa de ônibus.

Nesse grupo a postagem pode se configurar a partir de uma pluralidade de questões e preocupações sociais. Além disso, demonstra uma perspectiva ideológica que caracteriza o atual momento do país. Os protestos de 2013 que reivindicavam o aumento da tarifa de ônibus em Porto Alegre e que posteriormente se espalharam por todo país, aumentando cada vez mais suas pautas, exigindo melhoria nas prestações de serviços públicos, como saúde, segurança e educação. Essas manifestações de descontentamento da sociedade seguem até hoje, principalmente contra o atual modelo político do país em razão dos escândalos de corrupção ocorridos esse ano. Assim muitas comunidades virtuais foram constituídas

para discutir essas informações que assolam o momento do país, esses indivíduos organizam suas ações nos próprios espaços políticos em função de socializações e mobilizações suscitadas pelo desenvolvimento das redes. Mesmo em uma esfera informal de relações sociais, os efeitos das redes podem ser percebidos fora do seu espaço, nas interações com o estado, na sociedade ou outras instituições representativas.

Assim sendo este estudo se caracteriza a partir do paradigma social da Ciência da Informação. Assumir tal perspectiva implica em estudar a informação em comunidades constituídas por indivíduos e suas e suas dimensões sociais e culturais. Além disso, este estudo, dentre as caracterizações de estudo de usuários se caracteriza como um estudo que busca investigar o comportamento informacional dos usuários do Facebook sendo esse um novo ambiente de compartilhamento de informação.

Dentre as possibilidades relativas aos estudos de comunidades, públicos e usuários, este estudo se baseou na abordagem alternativa que estuda o uso da informação observando o produtor/consumidor condicionado pelo seu ambiente social. Wilson (2010), um dos principais pesquisadores sobre o compartilhamento de informação no campo de estudo de usuários, utilizou os termos *information sharing*, *knowledge sharing* e *information exchange*, como sinônimos. Neste estudo optamos por utilizar apenas o termo compartilhamento de informação.

## **1.1 Justificativa**

A escolha do tema se deu primeiramente por ordem de cunho pessoal, pois a autora já havia observado o quanto as informações que circulam nas comunidades virtuais repercutem na vida dos indivíduos, pois muitos deles as utilizam para resolver problemas pontuais. Além disso, a escolha de utilizar o Facebook como campo de estudo se deu principalmente por causa da sua popularidade.

Diversas pesquisas apontam o Facebook como umas das redes sociais mais utilizadas no Brasil, dentre essas pesquisas temos a Pesquisa Brasileira de Mídia que revela o Facebook como a rede mais usada, com 83% despontando o Whatsapp que aparece em segundo lugar com 58%, o Youtube em terceiro lugar com 17% (BRASIL, 2015). Estes dados contribuem para confirmar o quanto esta

ferramenta é popular na vida dos brasileiros, e o quão necessário é a investigação das informações compartilhadas neste espaço.

Diante disso foi elaborada a questão de pesquisa, assim referida: como os membros do Facebook compõem as postagens sobre transporte público por eles compartilhadas?

## **1.2 Objetivos**

Os objetivos propostos estão descritos a seguir.

### **1.2.1 Objetivo Geral**

Compreender o comportamento informacional dos membros de um grupo a favor da luta pelo transporte público no Facebook a partir das postagens compartilhadas.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- a) Descrever as funcionalidades do Facebook;
- b) Discutir o conceito de compartilhamento de informação a luz dos estudos de usuários;
- c) Categorizar as formas de composição das postagens;
- d) Propor categorias de análise emergidas do fenômeno.

A organização do presente estudo está assim composta: no capítulo 2 apresentamos a Contextualização do campo de estudo a partir das redes sociais, no capítulo 3 o Referencial teórico, no capítulo 4 apresentamos a Metodologia, no capítulo 5 a Apresentação e análises dos dados e no capítulo 6 apresentamos as Considerações finais.



## 2 CONTEXTUALIZANDO O CAMPO DE ESTUDO A PARTIR DAS REDES SOCIAIS

As redes sociais existem desde que existe a sociedade. “O conceito de Rede Social se refere à Antropologia e Sociologia, matérias estas que estudam o comportamento da sociedade.” (ADAMI, 2015, não paginado). Sherer-Warren<sup>1</sup> (2006, p. 215 apud ZAGO 2011, p. 15) esclarece que “[...] as redes sociais, enquanto área temática nas ciências humanas surge na década de 1940, visando o entendimento de relações interpessoais em contextos comunitários circunscritos.” Tais redes são compostas por pessoas e organizações que mantêm uma relação entre si, relações essas que podem ser conectadas de diversas formas. Franco (2014, não paginado) define rede social como “fluxo interativo da convivência social”, para ele rede social é a interação entre as pessoas. Marteleto (2001, p. 72) também contribui e afirma que uma rede social é “um conjunto de participantes autônomos, unindo idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. Observando estes conceitos, consideramos que para existir uma rede social são necessários dois elementos os indivíduos e suas relações com outros indivíduos.

Conforme Zago (2011, p. 15) “As redes sociais são constituídas por nós conectados entre si. A distribuição da conexão entre os nós pode se dar de formas variadas”. Em 1940 Paul Baran, um dos principais atores para o desenvolvimento da internet, criou um diagrama para demonstrar as diferentes tipologias que uma rede de conexões pode apresentar.

---

<sup>1</sup> SHERER-WARREN, I. Redes Sociais na sociedade de informação. In: MAIA, R; CASTRO, M. S. P. S. (Orgs.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: UFMG, 2006. p. 2015-227.

Figura 1 – Redes centralizadas, descentralizadas e distribuídas

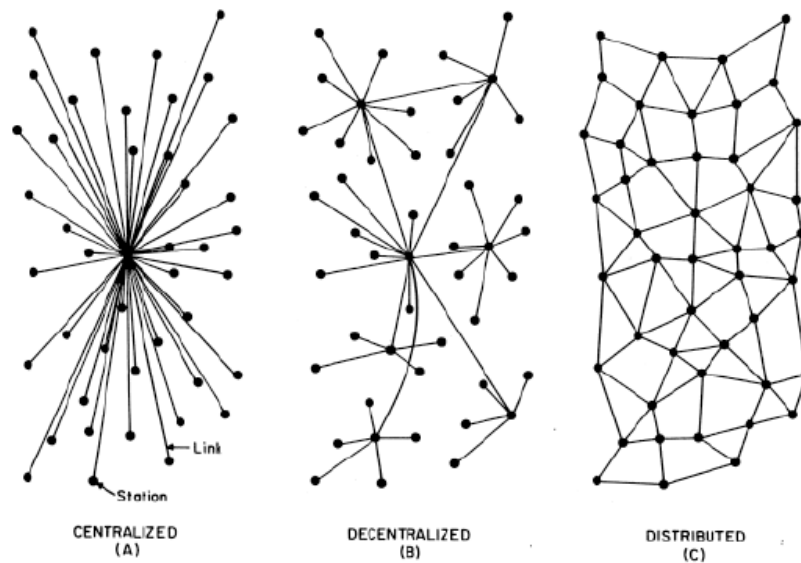


FIG. 1 – Centralized, Decentralized and Distributed Networks

Fonte: Baran (1964 p. 2).

A Figura 1 demonstra três tipos de redes e suas conexões: a centralizada onde há um eixo central que conecta diversos pontos; a descentralizada, onde há vários nós com suas conexões e a distribuída onde há diversos nós, mas com a mesma quantidade de conexões. Franco (2014) afirma que nessa representação as redes são os nós e as conexões, mas que esse grau de conexões se altera. Recuero (2006) confirma essa teoria ao afirmar que as redes são dinâmicas e que mudam constantemente no tempo.

O mundo está em rede, mas em termos sociais temos muitos mundos, ou seja, muitas redes. Essa perspectiva se dá por causa do *broadcasting* que significa “um para muitos”, onde a televisão, o cinema o rádio e até mesmo o livro são os eixos centrais que distribuem a informação (FRANCO, 2014). As novas tecnologias de comunicação têm contribuído para que o mundo se encaminhe para redes distribuídas e isso é o que vem acontecendo. Com o celular, o Facebook ou a web como um todo o indivíduo se conecta com todas as pessoas que estão conectadas a ele, e outra pessoa tem outro recorte, são vários mundos dentro de um mundo (FRANCO, 2014).

## **2.1 Redes sociais na internet**

Nas redes sociais na internet os nós e as suas conexões são representadas pelos usuários e suas relações nesse ambiente, ou como afirma Recuero (2010, p. 191) “Redes sociais na Internet são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões”. Rebs e Zago (2011, p. 180-181) também conceituam o que vem a ser uma rede social na internet: “[...] uma rede social na Internet é constituída a partir dos atores em interação, que trocam informações, comunicam-se por meio do uso efetivo de ambientes situados no ciberespaço e que propiciam a visualização ou a construção dessas redes [...]”, ou seja, são redes de trocas de informações, que usam a internet como suporte.

Essas trocas de informações, nas redes sociais são feitas através das mídias sociais. Para Ciribeli e Paiva (2011, p. 59) “Mídia Social é o meio que determinada rede social utiliza para se comunicar.” Portanto as mídias sociais são todas as ferramentas utilizadas para a comunicação entre usuários, como postagem de mensagens instantâneas e textos, compartilhamento de vídeos, áudios e imagens (CIRIBELI; PAIVA, 2011).

As redes sociais na internet também podem ser chamadas de sites de redes sociais que segundo Recuero (2010) são ferramentas que permitem a expressão de redes sociais na internet. Os sites de redes sociais possuem níveis variados de interesse, podem ser redes de amizade, redes profissionais, de relacionamento amoroso, entre outros. Segundo Corrêa (2015), os sites de redes sociais que ganharam mais notoriedade nos últimos anos no Brasil, são o Orkut (desativado em 2014), o Myspace, o LinkedIn e o Facebook. O site de rede social que deu suporte para este estudo é o Facebook, que será detalhado a seguir.

## **2.2 O Facebook**

Um dos principais sites de redes sociais existentes hoje é o Facebook, porém ele em si não é uma rede social, mas sim uma página na web que serve de espaço para que ocorram interações. O Facebook é muito popular no Brasil e no mundo. Ele foi criado em 2004 por ex-estudantes da Universidade de Harvard, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes, se tornou popular em 2006 já fora dos campos na Universidade, quando passou a aceitar qualquer pessoa maior

de 13 anos. (REBS; ZAGO, 2011). Segundo o site do Facebook ele tem como missão:

[...] dar as pessoas o poder de compartilhar e tornar o mundo mais aberto e conectado. As pessoas usam o Facebook para ficar conectado com os amigos e familiares, para descobrir o que está acontecendo no mundo e para compartilhar e expressar o que importa para eles. (FACEBOOK, 2015, não paginado).

As intenções observadas na missão permitem dizer que o Facebook é uma ferramenta de comunicação, entretenimento, troca de informações, onde as pessoas podem se relacionar no meio virtual, fazer “amigos”, compartilhar fotos, textos vídeos, participar de grupos e comunidades virtuais de temas de seu interesse. Em resumo é um mundo dentro do ambiente da web.

Diversas pesquisas apontam o Facebook como umas das redes sociais mais utilizadas no Brasil, dentre essas pesquisas a ferramenta sempre aparece em primeiro lugar. Em novembro de 2015, Mark Zuckerberg um dos criadores da ferramenta, publicou em sua página resultados do relatório trimestral junto a outros aplicativos da empresa.

Figura 2 – Resultado relatório trimestral de usuários



Fonte: Zuckerberg (2015, não oaginado).

Dos aplicativos desenvolvidos pela empresa, o Facebook aparece em primeiro lugar com cerca de 1,55 bilhões de usuários no mundo. Zuckerberg (2015) ainda esclareceu que há mais de um bilhão de pessoas ativas na rede a cada dia.

Outras pesquisas também apontam o Facebook como a rede mais utilizada, é o caso da Pesquisa Brasileira de Mídia que revela o Facebook como a rede mais usada, com 83% despontando o Whatsapp que aparece em segundo lugar com 58%, o Youtube em terceiro lugar com 17%, ganhando até mesmo do Twitter que é considerada “[...] uma rede popular entre as elites políticas e formadores de opinião [...]”, que aparece com somente 5% de uso pelos entrevistados (BRASIL, 2015).

A pesquisa Hábitos e Comportamento dos Usuários de Redes Sociais Brasil da E.life Group já revelava em 2014 o Facebook como a rede social mais utilizada, com 98,2% de uso, a frente do Youtube com 85,2%, do Instagram com 64%, Twitter com 57,1% e do LinkedIn com 53,1% de acesso (E.LIFE GROUP, 2015).

Estes dados só vêm a confirmar o quanto esta ferramenta é popular na vida dos brasileiros, e o quão necessário é a investigação deste espaço, analisando um grupo a favor da luta pelo transporte público sendo este um tipo de rede social, caracterizada como uma rede de movimento social assim verificando como indivíduos se comportam frente às informações que ali circulam.

### 2.2.1 Os grupos no Facebook

Conforme Corrêa (2015, p. 30) “Os *sites* de redes sociais também são espaços propícios à formação de comunidades virtuais”. Na concepção de redes sociais Recuero (2010), define esse fenômeno como clusterização, afirma que “[...] a clusterização tende a produzir agrupamentos de nós muito mais densos do que o restante da rede.” Essa densidade implica em relações mais complexas em coesão a interação na rede. Franco também contribui para a definição do que venha a ser um cluster “tudo que interage se aproxima tudo que interage tende a se aglomerar” (FRANCO, 2014). Portanto, a clusterização são pequenas aglomerações que ocorrem nas redes e na sociedade como um todo. No Facebook ocorrem essas aglomerações que são pequenos grupos ou pequenas redes formadas dentro uma rede maior, essas aglomerações são denominadas de grupo e página de comunidade, tendo estas diferentes funcionalidades e possibilidades de composição hipertextual.

“Os grupos fornecem um espaço para as pessoas conversarem sobre interesses em comum.” (FACEBOOK, 2016a, não paginado). Podemos dizer que eles filtram as informações compartilhadas na plataforma como um todo. Já as

páginas de comunidade “[...] trata de uma organização, celebridade ou tema, mas não representa oficialmente o assunto.” (FACEBOOK, 2016h, não paginado).

Segundo o Facebook os grupos possuem algumas características que os diferenciam das “páginas”, essas características são:

- **Privacidade:** além da configuração pública, há outras configurações de privacidade disponíveis para os grupos. Em grupos secretos ou fechados, as publicações ficam visíveis somente para os membros dos grupos.
- **Público-alvo:** é possível alterar a privacidade do grupo de forma a exigir que os novos membros sejam aprovados ou adicionados pelos administradores. Quando um grupo atinge certo limite, alguns recursos são limitados. Os grupos mais úteis tendem a ser os únicos criados com pequenos grupos de pessoas que você conhece.
- **Comunicação:** em grupos, os membros recebem notificações por padrão quando algum membro publica algo no grupo. Os membros dos grupos podem participar de bate-papos, carregar fotos para álbuns compartilhados, colaborar em documentos dos grupos e convidar os membros que são amigos para eventos dos grupos. (FACEBOOK, 2015, não paginado).

Os grupos têm três configurações de privacidade, eles podem ser, públicos, fechados e secretos. O Quadro 1 abaixo sistematiza essas diferenças:

Quadro 1 – Configurações de privacidade para grupos

|   | Publico  | Fechado   | Secreto  |
|---|--|---|--|
| Quem pode entrar                                  | Qualquer um pode participar ou ser adicionado ou convidado por um membro | Qualquer um pode pedir para participar ou ser adicionado ou convidado por um membro | Qualquer um, mas a pessoa deve ser adicionada ou convidada por um membro |
| Quem pode ver o nome do grupo?                    | Qualquer pessoa  | Qualquer pessoa   | Membros atuais e ex-membros  |
| Quem pode ver quem está no grupo?                 | Qualquer pessoa  | Qualquer pessoa   | Somente os membros atuais  |
| Quem pode ver a descrição do grupo?               | Qualquer pessoa  | Qualquer pessoa   | Membros atuais e ex-membros  |
| Quem pode ver as marcações do grupo?              | Qualquer pessoa  | Qualquer pessoa   | Membros atuais e ex-membros  |
| Quem pode ver o que os membros publicam no grupo? | Qualquer pessoa  | Somente os membros atuais   | Somente os membros atuais  |

|  |                 |                           |                             |
|--|-----------------|---------------------------|-----------------------------|
| Quem pode encontrar o grupo na pesquisa?   | Qualquer pessoa | Qualquer pessoa           | Membros atuais e ex-membros |
| Quem pode ver histórias sobre o grupo no Facebook (por exemplo, Feed de Notícias e busca)? | Qualquer pessoa | Somente os membros atuais | Somente os membros atuais   |

Fonte: Facebook (2016b, não paginado).

Diferentemente dos grupos, as páginas são públicas, ou seja, qualquer pessoa no Facebook pode visualizar as informações publicadas. Para se conectar a Página e receber notificações no seu *Feed* de Notícias<sup>2</sup>, é necessário “curtir” a Página. Cabe detalhar que somente os gerenciadores da página podem publicar nela (FACEBOOK, 2016a). Os grupos são usados para comunicação entre pessoas, já as páginas são mais voltadas para que organizações, empresas e celebridades se comuniquem com as pessoas que a curtem. Além disso, os grupos podem ser criados por qualquer pessoa cadastrada no Facebook (FACEBOOK, 2016a).

Os membros dos grupos são identificados através de um perfil pessoal de usuário da rede. “O perfil é um conjunto de fotos, histórias e experiências que contam a sua história.” (FACEBOOK 2016d, não paginado). Além disso, os perfis pessoais se diferenciam das páginas, pois eles “[...] se destinam ao uso para fins não comerciais e representam pessoas físicas.” (FACEBOOK, 2016c, não paginado).

Neste espaço o grupo analisado é um grupo que tem um perfil de movimento social, sendo esse grupo a favor da luta pelo transporte público. Dentro dessa perspectiva Marteleto (2001, p. 72) destaca que:

[...] os indivíduos, dotados de recursos e capacidades propositivas, organizam suas ações nos próprios espaços políticos em função de socializações e mobilizações suscitadas pelo próprio desenvolvimento das redes. Mesmo nascendo em uma esfera informal de relações sociais, os efeitos das redes podem ser percebidos fora de seu espaço, nas interações com o Estado, a sociedade ou outras instituições representativas. Decisões micro são influenciadas pelo macro, tendo a rede como intermediária.

<sup>2</sup> Página do perfil pessoal que mostra tudo que seus amigos, páginas de comunidade que você curtiu e grupos que você participa postam, como histórias, fotos, vídeos.

Os grupos virtuais que podem ser identificados através do Facebook têm um papel importante no compartilhamento de informação, pois de acordo com seu tema os usuários podem escolher de quais irão fazer parte, optando por grupos de assuntos de seu interesse. Portanto é necessário entender como funciona o compartilhamento de informação no Facebook.

No Facebook o compartilhamento de informação pode ser feito através de um perfil pessoal ou em um grupo. Nos grupos a informações podem ser compartilhadas de diversas formas, como publicar uma atualização, escrever uma publicação, adicionar fotos ou vídeos, carregar um arquivo ou fazer uma pergunta.

- a) **Publicar uma atualização:** local onde o membro do grupo pode inserir sua localização.
- b) **Escrever uma publicação:** somente os membros do grupo podem escrever textos pessoais, textos de outras páginas do facebook ou sites, e inserir links.
- c) **Adicionar fotos ou vídeos:** Qualquer membro do grupo pode carregar fotos ou vídeos basta escolher um arquivo e compartilhar, também é possível adicionar mais de uma foto criando álbuns. “As fotos do grupo ficam visíveis somente para outros membros, e somente os membros do grupo podem ser marcados nas fotos do grupo.” (FACEBOOK, 2016f, não paginado).
- d) **Carregar um arquivo:** os arquivos podem ser escolhidos a partir de arquivos de um computador. “Quem pode visualizar, carregar e fazer o download dos arquivos depende das configurações de privacidade do grupo.” (FACEBOOK, 2016g, não paginado).

Todos os membros do grupo são notificados sobre as novas publicações. Se a privacidade for de grupo Aberto qualquer pessoa cadastrada no Facebook poderá ver suas publicações, se a privacidade for de grupo Fechado ou secreto, somente os membros do grupo poderão ver as publicações.



### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

Para a melhor compreensão deste estudo e de suas posteriores análises e conclusões é necessário verificar o que a literatura dispõe sobre os conceitos, definições e visões de especialistas sobre os assuntos tratados neste trabalho, que são: Conceitos e novas ampliações conceituais dos estudos de usuários, Fontes de informação e Composição textual a partir de hipertextos.

#### 3.1 Conceitos e novas ampliações conceituais dos estudos de usuários

Os estudos de usuários também são chamados de estudos de necessidades de informação, pois como afirma Gasque e Costa (2010, p. 21), em um estudo onde foi realizado levantamento dos termos 'comportamento informacional', 'busca e uso da informação', 'busca da informação', 'uso da informação', 'necessidades de informação' e 'estudos de usuários' com o objetivo saber qual o termo mais utilizado, teve como resultado que o termo mais freqüente foi "necessidades de informação" e também foi observado que o termo "comportamento informacional" estava sendo empregado de forma mais intensa. Como resultado desse estudo tais autores concluíram que "[...] Comportamento Informacional de Usuários, em geral tais investigações ainda são conhecidas como "estudos de necessidades", contidos no tópico 'estudos de usuários'."

De acordo com Choo (2006 p. 67) "Ao longo de meio século de história, é possível contar milhares de estudos que investigaram as necessidades e os usos em determinados grupos de pessoas." Os estudos foram centrados nas fontes de informação, nos canais de busca, posteriormente os estudos passaram a analisar também o ambiente organizacional, o trabalho em que o individuo estava inserido (CHOO, 2006). Por fim os estudos passaram a se basear no ponto de vista do usuário, onde se utilizava a técnica de entrevistas livres que permitiu aos usuários descrever as situações problemáticas (CHOO, 2006). Além disso, Sanz Casado (1994, p.31, tradução nossa) define os estudos de usuários como:

[...] os conjuntos de estudos que tentam analisar qualitativa e quantitativamente os hábitos de informações dos usuários através da aplicação de diferentes métodos, incluindo os matemáticos - principalmente Estatísticos - para o seu consumo de informação.

Diante dessas afirmações é possível verificar que os estudos de usuários levaram muito tempo para ter foco nas necessidades intrínsecas dos indivíduos que utilizam um sistema de informação. Sendo assim, é fácil concluir que nos estudos de comunidades e grupos virtuais ainda são pouco ou quase nada explorados. Por isso a necessidade de se investigar a produção e uso de informação dos usuários do Facebook, considerando-o esse um novo ambiente de compartilhamento de informação.

Os estudos de usuários têm duas abordagens, podem ser de abordagem tradicional e de abordagem alternativa (FERREIRA; MAIA, 2013). A abordagem tradicional está centrada no estudo das fontes de informação, dos serviços e dos materiais da biblioteca,

[...] analisam o comportamento do usuário em relação ao uso de um ou mais sistemas de informação, um ou mais tipos de serviços de informação e materiais; se é afetado por uma ou mais barreiras ao usar o sistema de informação; ou se demonstra satisfação em relação aos atributos do sistema. (DERVIN; NILAN<sup>3</sup>, 1986 apud FERREIRA; MAIA, 2013, p. 187).

A abordagem alternativa busca compreender os processos que o usuário empreende até chegar à informação. Na concepção de Ferreira e Maia (2013) tais estudos entendem o usuário como um indivíduo com necessidades de adquirir conhecimentos, sendo estas, necessidades cognitivas, afetivas e psicológicas, que age em um ambiente afetado por influências sociológicas, culturais, políticas e econômicas.

No tocante à análise do comportamento informacional dos usuários do grupo no Facebook vamos focar na abordagem alternativa, que estuda o modo como os usuários se comportam em relação à informação ou “[...] modo como os indivíduos lidam com a informação. Inclui a busca, o uso, a alteração, a troca, o acúmulo e até mesmo o ato de ignorar os informes.” (DAVENPORT, 2000, p. 110). Nesse sentido vamos abordar alguns conceitos como a necessidade, busca e uso da informação. Esses aspectos servirão de base para a pesquisa sobre o comportamento informacional dos membros do grupo analisado.

---

<sup>3</sup> DERVIN, B.; NILAN, M. Information needs and uses. Annual Review of Information Science and Technology. *ARIST*, v. 21, p. 3-33, 1986.

Quando nos referimos ao comportamento informacional dos indivíduos, estamos nos referindo às necessidades pessoais que levam estes a adquirir conhecimento sobre determinado assunto e ao uso que fazem das informações. A necessidade de informação é uma das principais abordagens dos estudos de usuários. Line<sup>4</sup> (1974 apud SANZ CASADO, 1994, p. 24, tradução nossa) conceitua necessidade de informação como “[...] o que um indivíduo deve saber para seu trabalho, pesquisa, educação, etc.” Portanto a necessidade de informação está ligada a informações que precisamos para resolver problemas do nosso dia a dia, seja no trabalho, nas tarefas domésticas ou no lazer. Choo (2006, p. 86) também contribui para o que venha a ser necessidade de informação:

Na metáfora de criação de significado, a pessoa move-se no espaço e no tempo, dando passos por meio de experiências. Um novo passo é dado a cada novo movimento. Mesmo que o passo seja a repetição de uma ação passada, é um novo passo, porque ocorre num novo momento no espaço e no tempo. O movimento é acompanhado pela pessoa, que continuamente cria significado para suas ações e para o ambiente. Enquanto a pessoa for capaz de construir significados, o movimento para frente é possível. Entretanto, de quando em quando, o movimento é bloqueado por uma descontinuidade.

Neste momento o indivíduo percebe um vazio, então algumas pessoas procuram resolver este vazio, buscando a informação para continuar suas atividades e outras continuam sua trajetória sem procurar resolver essa necessidade. Ocorre um rompimento na construção de conhecimento. Assim podemos compreender um pouco mais a necessidade de informação. São muitos os conceitos encontrados sobre a necessidade de informação, para Crawford<sup>5</sup> (1978 apud Sanz Casado 1994, p. 24, tradução nossa) “[...] um conceito muito difícil de definir, isolar ou medir porque envolve processos cognitivos que podem, nem mesmo, estar claro para o peticionário [...]” Podemos analisar então que a necessidade de informação não é algo que queremos, mas sim algo que precisamos para resolver problemas de informação, seja relacionado ao trabalho, ou para conhecimento pessoal.

Maslow<sup>6</sup> (1970 apud BARRETO, 1994) mapeou a hierarquia das necessidades humanas, que determina o comportamento dos indivíduos. Essa

---

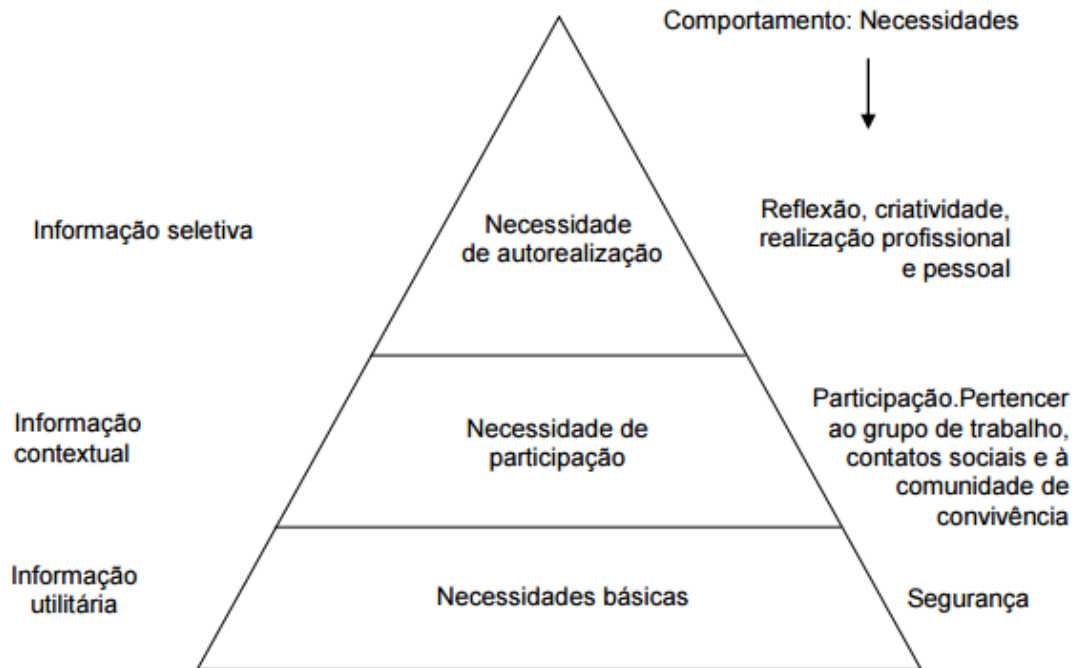
<sup>4</sup> LINE, M. B. Draft definitions: information and library needs, wants, demands and uses: a comment. **Aslib Proceedings**, v. 26, n. 2, p. 87, 1974.

<sup>5</sup> Crawford, S. Information need and uses. **Annual Review of Information Science and Technology**, v. 13, p. 61-81, 1978.

<sup>6</sup> MASLOW, A. H. **Motivation and a personality**. New York: Harper, 1970.

estrutura hierárquica é representada por uma pirâmide que apresenta as necessidades de informações e suas estruturas básicas, bem como o comportamento informacional (Figura 3):

Figura 3 - Pirâmide das necessidades de informação



Fonte: Maslow (apud BARRETO, 1994, não paginado).

Segundo Barreto (1994) o indivíduo se movimenta da base para o topo, passando de um estágio para o outro somente quando todas as suas necessidades, naquele estágio, fossem satisfeitas. Na base da pirâmide se encontram os indivíduos que buscam necessidades básicas, como alimentação, segurança, educação, entre outras. No meio da pirâmide estão os indivíduos que depois de atingir suas necessidades básicas, procuram pertencer a algum grupo, seja no trabalho ou na sua comunidade. No topo da pirâmide se encontram os indivíduos que já atingiram os dois estágios anteriores e que agora procuram a autorrealização, ou seja, realização profissional e pessoal. Isto nos mostra que toda pessoa necessita de informações e que esta necessidade nos leva ao comportamento de busca por informações.

Wilson<sup>7</sup> (2000, apud CORRÊA, 2015, p. 36) define comportamento informacional como

<sup>7</sup> WILSON, T. D. Human Information behaviour. *Informing Science Research*, v. 3, n. 2, p. 49-55, 2000.

[...] a totalidade do comportamento humano em relação às fontes e canais de informação, incluindo as buscas de informação ativa e passiva e o uso da informação. Já o comportamento de busca de informação é compreendido pelo autor como uma busca intencional, impulsionada pela necessidade de atingir um objetivo.

Wilson (1981) sugere que o termo necessidade de informação seja removido do nosso vocabulário e seja substituído por busca de informação para a satisfação de necessidades. Ou seja, a busca de informação para a satisfação de necessidade surge devido ao papel que o ser humano desempenha na sua vida social. Como parte da pesquisa para satisfação de necessidade o indivíduo pode se envolver em comportamento de busca de informação (WILSON, 1981). Wilson (1981) ainda afirma que a associação da palavra necessidades com informação implica uma necessidade básica, similar a outras necessidades humanas, divididas por psicólogos em três categorias: fisiológicas, afetivas e cognitivas.

No campo da ciência da informação, os estudos sobre comportamento e busca por informações, são em sua maioria baseados na abordagem cognitivista (VENÂNCIO; NASSIF, 2008, p. 95). A informação atinge as estruturas cognitivas do ser humano gerando mudanças e as fases do comportamento informacional auxiliam na solução de problemas.

Essa abordagem compreende a informação como um fator de mudanças das estruturas cognitivas do indivíduo e considera o comportamento informacional constituído de fases que o indivíduo experencia na resolução de uma situação problemática ou vazia cognitivo, cuja transposição é viabilizada pela assimilação de informação. (VENÂNCIO; NASSIF, 2008, p. 95).

O comportamento de uso da informação é a etapa subsequente a etapa de busca da informação. Segundo Line<sup>8</sup> (1974, apud SANZ CASADO 1994, p. 28, tradução nossa), o uso da informação é “[...] aquilo que um indivíduo aplica efetivamente a algo imediato e concreto.” A informação será positiva, quando for satisfatória para o usuário, auxiliando a resolver algum problema, “[...] em geral a relevância é considerada um bom indicador do uso da informação [...]” (CHOO, 2003, p. 107).

O resultado do uso da informação é uma mudança no estado de conhecimento do indivíduo ou de sua capacidade de agir. Portanto o uso da

---

<sup>8</sup> LINE, M. B. Draft definitions: information and library needs, wants, demands and uses: a comment. **Aslib Proceedings**, v. 26, n. 2, p. 87, 1974.

informação envolve a seleção, e o processamento da informação, de modo a responder uma pergunta, resolver um problema, tomar uma decisão, negociar uma posição ou entender uma situação.

Crespo (2005, p. 31) entende que o comportamento de busca e uso da informação é uma atividade complexa e destaca que esta

[...] desenvolve vários aspectos, podendo ser analisada sob muitas formas, as quais podem apresentar alterações devido a fatores, como o direcionamento que cada área do conhecimento dá para suas pesquisas, a atividade que a pessoa exerce, em que etapa da vida profissional se encontra, entre outros. Esses fatores podem fazer com que um indivíduo utilize fontes de informação específicas e adote etapas e procedimentos diferenciados de outros indivíduos.

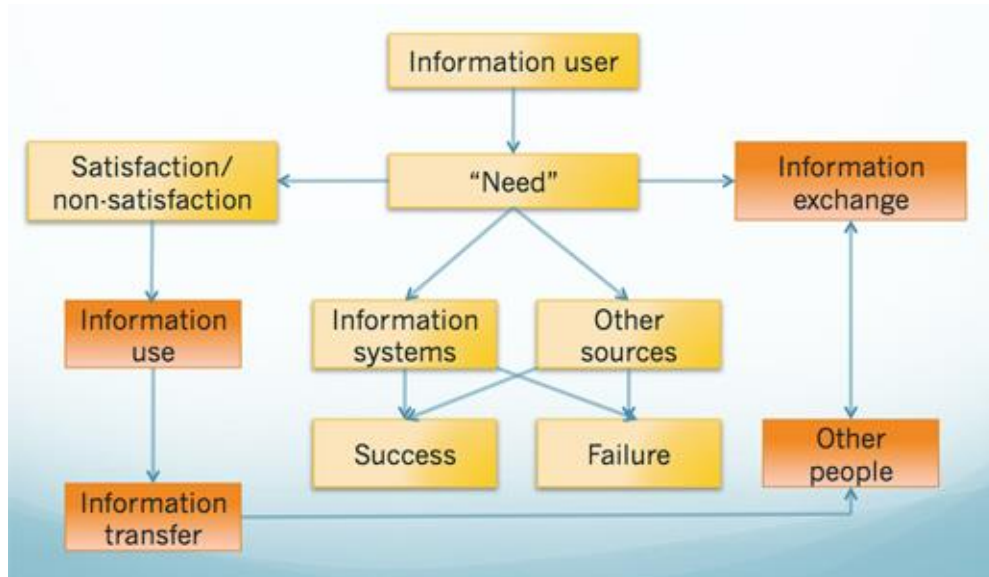
Diante disso podemos presumir que a busca da informação se refere as etapas de recuperação da informação, e o uso se refere a como a informação recuperada será empregada. Outro fenômeno que constitui o compartilhamento de informação está ligado ao comportamento informacional. O compartilhamento de informação “[...] sofre influências diretas de inúmeros fatores que integram o modelo de comportamento informacional.” (ALVES; BARBOSA, 2010, não paginado). Portanto, conhecer as variáveis do comportamento informacional pode ser relevante para se compreender o compartilhamento de informação. A importância de se discutir o conceito de compartilhamento de informação no presente estudo ocorre a partir das implicações que a tecnologia estabelece em relação ao comportamento informacional dos indivíduos, sendo o compartilhamento uma nova prática social de escrita e leitura hipertextual.

O compartilhamento de informação não é um fenômeno específico do contexto empresarial. Conforme foi assinalado anteriormente, as ferramentas da Web 2.0 possibilitaram o compartilhamento de informação em larga escala pelos usuários da rede mundial de computadores e um dos espaços mais utilizados com esta finalidade são as comunidades virtuais presentes nos *sites* de redes sociais. Além de reunirem pessoas em torno de interesses em comuns, esses ambientes se prestam à busca, uso e compartilhamento da informação [...] (CORRÊA, 2015, p. 40-41).

Wilson foi um dos primeiros pesquisadores a abordar o compartilhamento de informação, principalmente quando relacionado aos estudos de usuários. Ele afirma que o compartilhamento de informação é pouco explorado no comportamento informacional (WILSON, 2010). Em seu modelo de comportamento informacional Wilson (1981), o compartilhamento de informação aparece no termo “information

exchange” que significa partilha ou troca de informações. Conforme a Figura 4 abaixo:

Figura 4 – Modelo de comportamento informacional de Wilson



Fonte: Wilson (1981, não paginado).

Wilson (1981), afirma que o usuário não precisa mais necessariamente recorrer aos sistemas para obter informações, mas que pode fazer isso através de outras pessoas. Em uma pesquisa na Base Scopus Wilson (2010) utilizou três termos para se referir ao compartilhamento de informação, são eles *information sharing*, *knowledge sharing* e *information exchange*<sup>9</sup>, os três termos são vistos como sinônimos. No entanto, para fins deste estudo foi adotado o termo *information sharing* que significa compartilhamento de informações.

Davenport (1998, p. 114) define o compartilhamento de informação “[...] como o ato voluntário de colocá-las à disposição de outros.” Ou seja, o compartilhamento de informação vem da vontade do indivíduo em dividir informações com outras pessoas. “O vocábulo compartilhamento implica vontade. Aquele que compartilha pode passar a informação adiante, mas não é obrigado a isso.” (DAVENPORT, 1998, p. 115). Alves e Barbosa (2010, não paginado) ainda afirmam “[...] o compartilhamento está diretamente relacionado com as trocas de informação

<sup>9</sup> Os termos significam respectivamente, partilha de informação, partilha de conhecimentos e troca de informações.

baseadas na vontade do indivíduo em contribuir, mesmo quando não participa diretamente da ação na qual está trocando informações.” Sendo assim, é imperioso que o indivíduo seja influenciado por fatores que contribuam para que haja tal vontade.

Quanto aos fatores que influenciam o compartilhamento de informação, podemos citar a motivação. A motivação é “[...] aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma, a ter determinada atitude ou comportamento diante de uma situação.” (ALCARÁ et al, 2009, p. 180).

Acará et al (2009) identificaram em uma pesquisa elementos que motivam o compartilhamento de informação, estes foram, a confiança, a amizade, a afinidade, a harmonia e a doação. Em relação à confiança Alcará et al (2009, p. 180) afirmam que “[...] quando não há confiança, as próprias práticas formais para o compartilhamento podem ser prejudicadas, inibindo as trocas de informações e conhecimento.” Esses autores dizem também que a confiança quebra barreiras e pode ser um fator preponderante para a eficácia do compartilhamento de informação (ALCARÁ et al, 2009). Wilson (2010) confirma afirmando que pessoas que confiam uns nos outros estão mais dispostos a compartilhar informações do que aqueles que não o fazem. Assim sendo, podemos inferir que a falta de confiança pode ser uma barreira para que ocorra compartilhamento de informação.

“No que diz respeito à afinidade, à harmonia e à amizade, é importante dizer que essas fortalecem o vínculo entre as pessoas” (ALCARÁ et al, 2009, p. 181). A afinidade sem dúvida é importante, pois ninguém irá compartilhar informações com pessoas que não se dá bem. Outro elemento da motivação é a amizade, esse elemento é essencial, pois além das relações de amizade facilitar o acesso a determinados recursos, elas estabelecem uma relação de confiança, o que é muito importante para o compartilhamento de informação (ALCARÁ et al, 2009). Wilson (2010) certifica que ao compartilhar uma informação a amizade pode encorajar uma pessoa a suportar qualquer risco, mesmo que ela não isso não gere nenhum benefício.

Quanto à harmonia Alcará et al (2009, p. 181) estabelece que “Quando os valores pessoais, as crenças e as expectativas são semelhantes, cria-se um clima harmonioso, com fortes tendências à comunhão de interesses e idéias.” O ultimo elemento, a doação concerne “[...] ao ato de doar conhecimento sem receber nada em troca [...]” ou “[...] disposição natural e espontânea de realizar determinada



atividade [...]” (ALACARÁ et al, 2009, p. 181). Frente aos elementos que influenciam o compartilhamento de informação, podemos dizer que nas comunidades ou grupos que existem em torno de interesses em comum é possível visualizar claramente o quanto o compartilhamento de informação pode ser motivador.

A popularidade das redes sociais torna o acesso à informação cada vez mais fácil nos dias de hoje, gerando grande difusão e compartilhamento de informação. Ademais, Tomaél, Alcará e Di Chiara (2005, p. 102), destaca que o compartilhamento de informação tem sua importância pois

[...] a necessidade de informação é imanente ao indivíduo e às organizações. O caminho natural para buscá-la é o das redes [...]. Para que seja mais eficiente, o compartilhamento da informação e do conhecimento em rede requer a adoção de uma postura de cooperação, em que os atores utilizem múltiplos recursos, valorizando tanto o contato pessoal quanto o uso da tecnologia como ferramenta de comunicação.

Pelo fácil acesso as informações através das redes sociais é possível perceber que muitas pessoas fazem uso delas para a tomada de decisões. Carvalho e Dias (2012, p. 152) mencionam que quando escolhemos uma informação para resolver algum problema, essa informação “[...] possivelmente irá influenciar nossas decisões, seja em nosso trabalho, ou em qualquer outro ambiente.” Os autores ainda afirmam que utilizar informações compartilhadas nas redes sociais de fato, é de longe uma das alternativas mais utilizadas pela vasta maioria dos usuários (CARVALHO; DIAS, 2012). Porém é necessário tomar alguns cuidados, pois nem todas as informações compartilhadas merecem credibilidade, como ressalta Carvalho e Dias (2012, p.153):

Conteúdos disponibilizados na Internet e principalmente através das redes sociais podem influenciar parcelas significativas de uma população, e essas informações por serem muitas vezes tendenciosas ou falsas, geram consequências que podem ser danosas, pois nem tudo que é disseminado deve ser merecedor de crédito.

Isto acontece, porque na internet todos podem gerar e disseminar informações, portanto é necessário que as informações captadas sejam checadas principalmente em relação a sua origem e atualidade. “O questionamento é válido, para que possíveis erros ou falhas sejam eliminados em uma situação onde algo está sendo intermediado construído ou disseminado.” (CARVALHO; DIAS, 2012, p. 153).

Aqui percebemos uma questão de Educação (da qualidade desta), relacionada não só ao recebimento de informações necessárias, mas de receber conteúdos e ter capacidade de conhecer e reconhecer conteúdos necessários e assim dominar a tecnologia para seus próprios interesses e valores. (MENDONÇA; FEITOSA, 2007, p. 6).

O processo de compartilhamento de informação e de troca de conhecimentos em busca de interesses em comum é um elemento potencializar da participação democrática e mobilização social da sociedade. Entretanto, apesar do seu lado positivo é preciso se atentar para outros pontos. Os sites de redes sociais são muito utilizados para trocas de informações e hoje qualquer usuário que esteja conectado na rede pode gerar e disseminar informações e até mesmo compartilhar informações de outros sites, páginas ou redes.

Com a proliferação de sites de redes sociais, ambientes nos quais os indivíduos podem realizar trocas comunicativas mediadas pelo computador com seus contatos, cada vez mais se recorre a esses espaços em busca de recomendações de outros indivíduos – conhecidos, contatos, amigos e até mesmo desconhecidos que exercem papel de influenciadores perante os demais usuários da rede. (ZAGO, 2011, p. 23).

Zago (2011, p. 23) ainda reiteram as “[...] trocas interpessoais para auxiliar a fazer escolhas e tomar decisões, pode levar a modificações de padrões individuais e coletivos de credibilidade e confiança.” Tais elementos nos auxiliam a evidenciar que não é possível dar total credibilidade as informações que ali circulam. Diante do exposto percebemos a importância de saber a origem das informações que são compartilhadas, bem como os tipos de fontes de informação existentes e sua funcionalidade, objetivando a composição de hipertextos.

### **3.2 Fontes de informação**

Para que o compartilhamento de informação nos sites de redes sociais possa ser efetivo é necessário a busca e o uso da informação a partir de uma necessidade. Portanto a busca de informação se dá nas fontes de informação e o uso quando o indivíduo a emprega para resolver a sua necessidade de informação.

Fonte de informação nada mais é do que um suporte de informação que pode ser acessado para satisfazer uma necessidade de informação, ou conforme Carrizo Sainero (1994, p. 30, tradução nossa) “[...] considera-se Fontes de Informação os materiais ou produtos, originais ou elaborados, que contenham

notícias ou testemunhos, através dos quais se acessa ao conhecimento, qualquer que seja este.” Rodrigues e Blattmann (2014, p. 10) estabelecem

[...] fontes de informação como tudo o que gera ou veicula informação. Pode ser descrita como qualquer meio que responda a uma necessidade de informação por parte de quem necessita, incluindo produtos e serviços de informação, pessoas ou rede de pessoas, programas de computador, meios digitais, sites e portais.

As fontes de informação são categorizadas em três tipos, fontes primárias que são aquelas que contém informações originais, como por exemplo, monografias, teses, dissertações, diários, artigos de periódicos, entre outros. Fontes secundárias que contém informações sobre documentos primários, são exemplos de fontes secundárias os artigos de revisão, catálogos, índices, bibliografias, resumos, entre outros. Já as fontes terciárias são fontes que sinalizam a localização de documentos primários e secundários, são exemplos desta as bibliografias de bibliografias, guias de obras de referências.

As fontes de informação também podem ser classificadas em fontes pessoais de informação, institucionais e documentais. As fontes pessoais de informação são aquelas que fornecem informação em virtude da sua especialização, vivência ou experiência, pode ser uma ou um grupo de pessoas . Segundo Valsenor Rodrigues (1998, p. 33, tradução nossa) fontes institucionais de informação “São aquelas fontes que proporcionam informação sobre uma instituição. Essa informação se converte em objeto de interesse e é ela mesma quem proporciona a informação que se deseja.” Ou seja, são fontes que oferecem informações sobre uma instituição ou documentos gerados pela instituição. As fontes documentais de informação são documentos elaborados fundamentalmente para transmitir informação. As fontes de informação segundo Cunha (2001) podem abarcar “[...] manuscritos, obras de arte, publicações impressas, objetos, amostras minerais [...]”

Diante do exposto discorreremos que as fontes de informação podem ser de diversos tipos, e através destes podemos avistar quais funções os documentos exercem. As fontes de informação também podem ser encontradas em diversos suportes de informação, ou em qualquer documento que segundo Paul Otlet poderia ser “[...] o livro, a revista, o jornal, a peça de arquivo, a estampa, a fotografia, a medalha, a música, o disco, o filme e toda a parte documentária que precede ou sucede a emissão radiofônica”. (OLIVEIRA, 2005, p. 6). Nesse contexto, e no

cenário virtual, novas estratégias para composição de textos se fazem necessárias diante da quantidade de fontes de informações disponíveis e da variabilidade de fontes que surgem a partir da web e que não podem necessariamente serem classificadas com as tipologias das fontes de informações.

### 3.3 Composição textual a partir de hipertextos

O ciberespaço é o ambiente onde o homem se comunica sem a necessidade de sua presença física é um ambiente virtual mediado através do computador ou de outras tecnologias, como celular, videogame, radio, entre outros. O ciberespaço é definido como “[...] o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores [...]” (LÉVY, 1999, p. 92). O computador, principalmente no que diz respeito a internet é uma grande ferramenta de comunicação mundial, sendo o principal responsável pela interação de pessoas em outros continentes. Magnobosco (2009, 1390) afirma que

O ciberespaço é, assim, um espaço sem dimensões, um universo de informações navegáveis de forma instantânea e reversível. Ele é hoje um espaço de comunhão, colocando em contato, através do uso de técnicas de comutação eletrônica, pessoas do mundo todo. Elas estão utilizando todo potencial da telemática para se reunir por interesses comuns, para bater papo, para trocar arquivos, fotos, música, correspondência. O e-mail e os chats são hoje as ferramentas mediáticas mais utilizadas pela internet. Mais do que um fenômeno técnico, o ciberespaço é um fenômeno social.

Diante dessas novas ferramentas de comunicação, as formas de ler e escrever já não são mais as mesmas, pois o meio virtual se apresenta como um novo espaço aonde os gêneros de texto tomam novas formas. Neste espaço se faz uso de uma linguagem híbrida, onde são agregados mais de um tipo de linguagem.

Diversas fontes de informação virtuais se utilizam deste meio para a comunicação. Arcoverde e Arcoverde (2007, p. 2) afirmam que “Em qualquer lugar onde haja linguagem, atividade humana, há gêneros textuais ou discursivos, orais ou escritos.” Este novo gênero textual se caracteriza sendo a construção do hipertexto, Levy (1999, 27) o define como:

O hipertexto é um texto em formato digital, configurável e fluído. Ele é composto por blocos elementares ligados por links que podem ser explorados em tempo real na tela. A noção de hiperdocumento generaliza,

para todas as categorias de signos (imagens, animações, sons, etc.), o princípio da mensagem em rede móvel que caracteriza o hipertexto.

Pierre Lévy (1999) afirmam ainda que a principal face da cibercultura é o desenvolvimento do hipertexto, tendo em vista que a hipermídia integra textos com imagens, vídeos e som, geralmente vinculados entre si de forma integrativa. Assim sendo, percebemos que no ciberespaço a escrita tomou novos rumos, não sendo mais direcionada a uma linguagem específica, passou a ser dividida, sendo conduzida a uma infinidade de recursos visuais e tipos de linguagens. “O hipertexto surge como nova possibilidade de construção do circuito informativo, devido à nova dinâmica estabelecida para a prática da leitura e à redefinição de autoria em decorrência da reconstituição coletiva do complexo textual.” (BERNARDO, 2014, não paginado).

Na comunicação mediada por computador, as questões de linguagem assumem um papel fundamental já que este meio eletrônico faz uso de uma linguagem híbrida que agrega a linguagem desenvolvida pelos outros meios de comunicação em massa e também apresenta novos gêneros de texto, hipertextos, que culminam em novas estratégias de produção e de leitura. (MAGNOBOSCO, 2009, p. 1389).

No que concernem as redes sociais virtuais, as mesmas agregam valor ao ciberespaço, pois proporcionam a configuração de um ambiente de interação e relacionamento entre as pessoas. O Facebook proporciona um meio propício para o compartilhamento de informação. “Os conteúdos postados permitem hiperlinks que direcionam o usuário para o espaço virtual em geral, desdobrando-se em sites diversos. A hipertextualidade é uma tônica real no contexto do facebook.” (BERNARDO, 2014, não paginado). “Dessa forma, a difusão e a disseminação de ideias em rede são, no facebook, práticas potencializadoras da hipertextualidade.” (BERNARDO, 2014, não paginado). Portanto o Facebook proporciona que constantemente sejam criados novos acervos hipertextuais, o que agrega valor a comunicação, pois a composição textual através do hipertexto favorece a interatividade. No presente estudo buscamos analisar através das postagens a forma pelas quais os usuários compõem suas postagens com o objetivo posterior de compartilhar informações.

## 4 METODOLOGIA

Para que a pesquisa científica seja realizada é necessária a aplicação de uma metodologia que garanta a veracidade dos resultados. Para que o conhecimento seja considerado científico, torna-se necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitem sua verificação. (GIL, 1987, p. 27). Gil (1987) chama estes procedimentos de método científico e o define como um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos empregados para se atingir o conhecimento.

Estudo exploratório-descritivo, de abordagem mista. A perspectiva qualitativa considera que o ambiente onde ocorre o fenômeno foi usado como fonte de coleta de dados, bem como para entender o comportamento dos indivíduos em relação à composição das postagens e o compartilhamento de informação sobre transporte público. A pesquisa também se caracteriza como sendo de abordagem quantitativa, pois alguns dados foram analisados de forma estatística. Os dois métodos foram aplicados para tornar a pesquisa mais completa e assim atingir seus objetivos.

Os dados analisados foram organizados através de dois softwares, o Microsoft Word e o Microsoft Excel. O procedimento adotado foi a análise de conteúdo.

### 4.1 Análise de conteúdo: uma opção decorrente da exploração do objeto de estudo

Este procedimento visa descrever e interpretar o conteúdo de documentos e textos. É uma técnica de organização da análise de dados. Para Bardin (2011, p. 44) “[...] a análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.” Com uma riqueza de detalhes Oliveira (2008, p. 570) também contribui:

[...] a análise de conteúdo permite o acesso a diversos conteúdos, explícitos ou não, presentes em um texto, sejam eles expressos na axiologia subjacente ao texto analisado; implicação do contexto político nos discursos; exploração da moralidade de dada época; análise das representações sociais sobre determinado objeto; inconsciente coletivo em determinado tema; repertório semântico ou sintático de determinado grupo social ou profissional; análise da comunicação cotidiana, seja ela verbal ou escrita, entre outros.

Bardin (2011), também descreve alguns domínios possíveis da aplicação de análise de conteúdo. Em relação ao código ou suporte, pode ser aplicada a um código:

- a) lingüístico (escrito, oral);
- b) icônico (sinais, grafismos, imagens, fotografias, filmes, entre outros);
- c) outros códigos semióticos (música, objetos diversos, comportamentos, entre outros).

Em relação a quantidade de pessoas implicadas na comunicação, pode ser aplicada em:

- a) uma pessoa (monólogo);
- b) comunidade dual (diálogo);
- c) grupo restrito;
- d) comunicação de massa.

Neste estudo a aplicação da análise de conteúdo se deu em grupo restrito utilizando o suporte linguístico (escrito) e o icônico. O processo de análise de conteúdo prevê algumas etapas, para a aplicação destas é indispensável que os objetivos e o problema da pesquisa estejam claros. As etapas da análise de conteúdo abaixo descritas partem da contribuição de Campos (2004), e são elas:

- a) **Pré-exploração do material ou leituras flutuantes do corpus:** após ser selecionado o corpus a ser analisado, tem se o primeiro contato com os documentos, deixando fluir impressões e orientações, e visualizando indícios não óbvios do conteúdo.
- b) **Seleção das unidades de análises:** nesta etapa se faz a seleção das unidades de análise, a análise temática é a mais utilizada, podendo optar pelo uso de sentenças, frases ou parágrafos. A relação que se processa entre o pesquisador e o material pesquisado é de intensa interdependência não podendo se abster do uso de recursos mentais e intuitivos que são definitivamente necessários a uma análise deste porte.
- c) **O processo de categorização e sub-categorização:** as categorias são como grandes enunciados que abarcam um número variável de temas.

## **4.2 Pré-exploração do material ou leituras flutuantes do corpus**

A pesquisa foi desenvolvida em um grupo no Facebook, esse grupo é composto por diversas organizações e pessoas que lutam a favor de um transporte público de qualidade e contra o aumento da tarifa de ônibus, ele possui em torno de 12.400 membros e é um grupo fechado. Portanto foi necessário solicitar a permissão dos administradores para ser um membro do grupo, podendo assim fazer a coleta de dados.

Através da observação, se verificou que é grande o número de informações publicadas diariamente no grupo e que dentre essas informações podem ser encontrados diversos temas além do tema principal que é o transporte público, como a criminalidade, pedofilia, política, religião, reforma agrária, greve, racismo, homofobia, direitos indígenas e quilombolas, entre outros. Sendo o tema principal deste estudo o transporte público e sabendo da quantidade maciça de informações publicadas diariamente, foi determinado que as postagens analisadas seriam somente as que tivessem sido publicadas no período do dia 22 de janeiro de 2016 até o dia 22 de fevereiro de 2016.

Este período foi escolhido em razão de que o primeiro aumento da passagem em 2016 estava previsto para o dia 22 de fevereiro. Partimos do pressuposto metodológico que nesse período o assunto sobre transporte público seria mais pautado entre os membros do grupo.

## **4.3 Seleção das unidades de análises**

No período analisado foi publicado um total de 102 postagens, sendo 46 relacionadas ao transporte público as quais formaram o corpus para análise. As postagens começaram a ser coletadas no dia 13 de março de 2016, sendo coletadas em ordem decrescente, do dia 22 de fevereiro a 22 de janeiro.

As postagens selecionadas foram copiadas do Facebook e coladas em um arquivo de Microsoft Word nomeado de “publicações sobre transporte público”. Cada postagem recebeu uma numeração como seu respectivo título.

Posteriormente foi necessário retornar nas postagens no Facebook para fazer a coleta somente dos textos que compunham as publicações, tanto textos compartilhados de outras páginas, quanto escritos pelos próprios sujeitos, formando



um único texto. Para a coleta dos textos compartilhados de outras páginas foi necessário clicar no link, entrar na página compartilhada e copiar o texto, pois na interface de uma postagem do Facebook os textos compartilhados não aparecem completos. Depois de copiados os mesmos foram colados em outro arquivo de Microsoft Word identificado como “textos das publicações”.

#### 4.4 O processo de categorização e sub-categorização

A organização dos dados se deu em duas etapas, a etapa de organização dos dados qualitativos e a organização dos dados quantitativos. No entanto, todos os dados qualitativos e quantitativos foram descritos em uma única planilha no Microsoft Excel. Nessa planilha cada linha correspondeu a uma postagem e cada coluna as categorias. Essas categorias foram definidas a priori e a posteriori. Primeiramente, foram analisadas as categorias a priori, ou seja, aquelas que foram previamente definidas pela plataforma (Quadro 2).

Quadro 2 – Categorias instrumentais

| Categorias       | Definições  |
|------------------|---|
| Curtidas         | O número de indivíduos que “curtiu” a postagem.       |
| Comentários      | O número de comentários que a postagem recebeu.       |
| Respostas        | O número de respostas aos comentários.                |
| Compartilhamento | O número de indivíduos que compartilhou a publicação. |
| Imagens          | Quantidade de imagens que aparece na postagem.        |
| Vídeos           | Quantidade de vídeos que ocorre na postagem.          |

Fonte: do autor.

Para a melhor organização dos dados e conforme foi sendo feita uma análise mais detalhada das publicações foram definidas categorias a posteriori, essas novas

categorias foram indispensáveis para descrever outras informações analisadas nas postagens (Quadro 3).

Quadro 3 – Categorias metodológicas

| Categorias                | Definições  |
|---------------------------|---|
| Gênero documental         | Sistemas de signos utilizados na comunicação (CAMARGO; BELLOTO, 1996).  |
| Fonte de informação       | Os recursos e produtos que são utilizados para se acessar uma informação.   |
| Tema                      | O tema principal dos textos das postagens.  |
| Estratégias de composição | Estratégias usadas para compor a postagem, podendo ser informações compartilhadas de outras páginas ou informações dos próprios sujeitos. |

Fonte: do autor.

Tais decisões metodológicas foram pautadas a partir de uma segunda observação e de leitura das postagens. A inserção dessas categorias se deu em razão da importância destas para complementar o estudo.

As subcategorias apresentadas no Quadro 4 são provenientes das diferentes leituras das postagens. Algumas subcategorias foram determinadas pela própria plataforma, como as das categorias estratégias de composição e gênero documental, outras foram determinadas por uma análise do autor como as das categorias fontes de informação e tema (Quadro 4).

Quadro 4 – Subcategorias

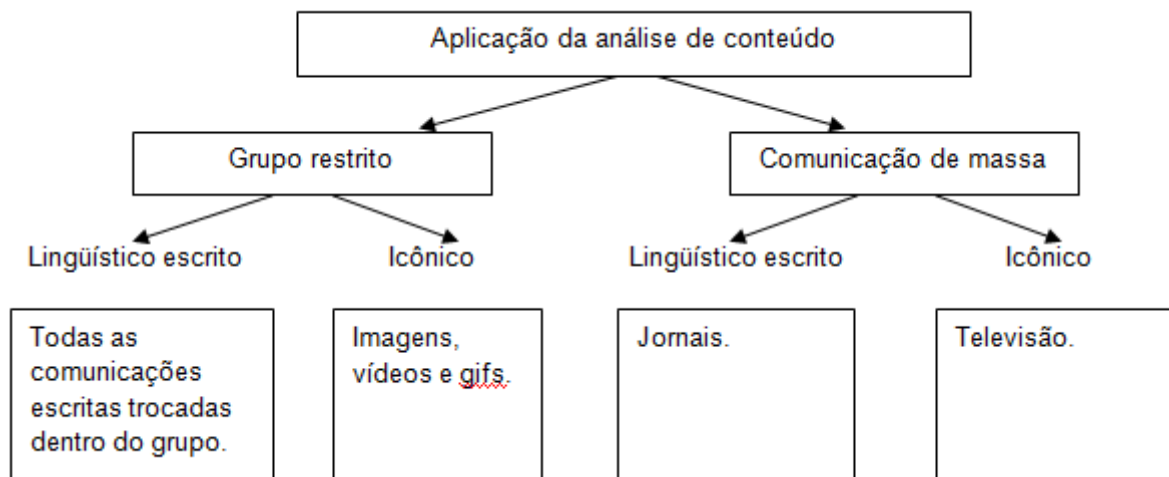
| Categoria                 | Subcategoria   |
|---------------------------|--|
| Estratégias de composição | Informação pessoal, informação de outras páginas, arquivo em anexo.  |
| Gênero documental         | Texto, vídeo, imagem.  |
| Fontes de informação      | Comunidade no Facebook, texto pessoal, site de jornal, blog, perfil no Facebook, site de petições, panfleto. |

|      |   |
|------|---|
| Tema | Aumento da tarifa de ônibus, qualidade dos ônibus, assédio moral, manifestação social, manifestação social contra o aumento da tarifa, rearticulação de movimento social, licitação de ônibus, encapação do transporte público, movimento social a favor do transporte público, transporte público gratuito, tarifa de ônibus, criminalização dos movimentos sociais. |
|------|---|

Fonte: do autor.

Para a categoria fontes de informação, as subcategorias foram determinadas de acordo com o tipo de fonte de informação que foi utilizada para na composição da postagem. Na categoria tema as subcategorias foram determinadas através da aplicação da análise de conteúdo somente nos textos das postagens. Na presente pesquisa o método de análise de conteúdo foi aplicado ao domínio lingüístico (escrito) e icônico (imagens e fotografias), a um grupo restrito e à comunicação de massa (Figura 5).

Figura 5 - Fluxograma da aplicação da análise de conteúdo



Fonte: Adaptado de Bardin (2011).

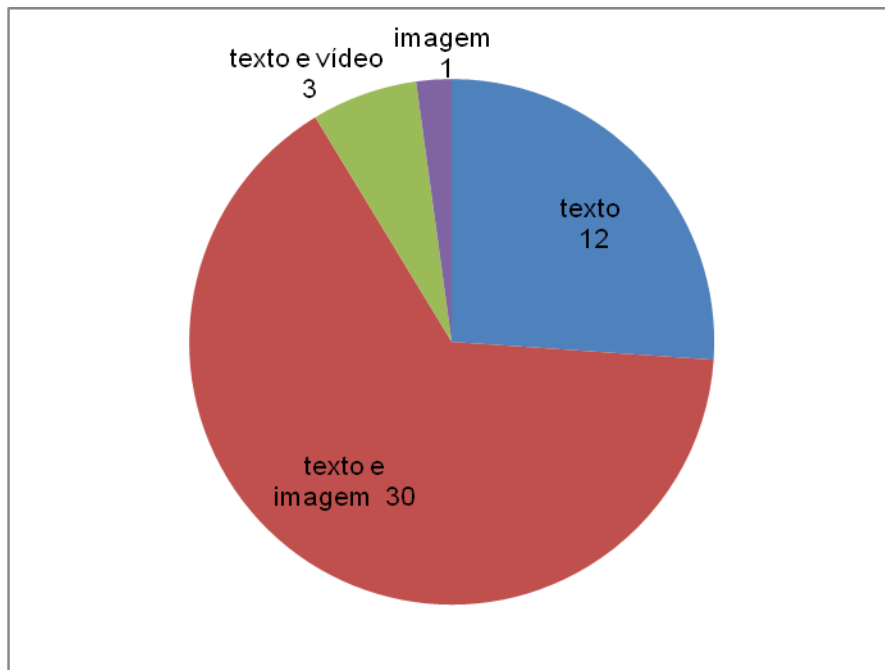
A figura acima ilustra como o método de análise de conteúdo foi aplicado nos textos das postagens. Esse fluxograma foi adaptado dos estudos de Bardin (2011) sobre os domínios possíveis da aplicação da análise de conteúdo. Discorreremos anteriormente sobre esse processo metodológico.

## 5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção são apresentadas as análises referentes aos dados coletados na seção anterior. Tais análises foram fundamentais para identificar como ocorre o compartilhamento de informação considerando as formas de composição das postagens.

O gráfico 1 demonstra quais são os gêneros documentais utilizados na apresentação das publicações sobre transporte público no grupo estudado.

Gráfico 1- Gênero documental



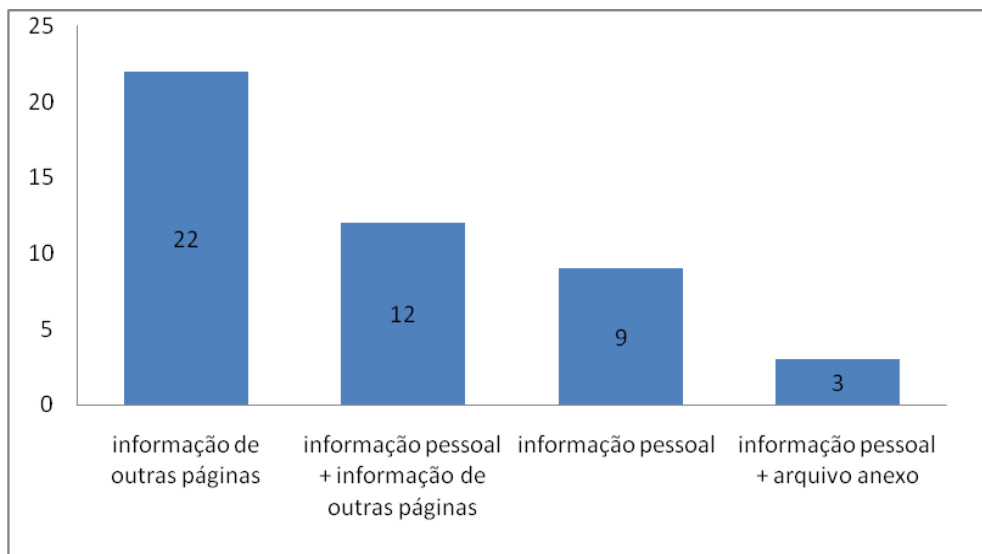
Fonte: do autor.

Em relação à categoria gênero documental, das 46 postagens examinadas, 30 são apresentadas por texto e imagem, 12 são apresentadas somente por texto, 3 em texto e vídeo e apenas uma apresentada somente por imagem. Sendo assim, constatamos que a maior parte das publicações analisadas apresenta suas postagens através de textos, somando um total de 42 (96%) postagens. Embora tal preponderância seja característica das composições das postagens, constatamos que 33 (78%) do total de 46 postagens são constituídas por mais de um tipo de suporte. Essa alternativa de composição de textos com mais de uma linguagem nos exprime o quanto a hipertextualidade está presente nas plataformas de redes sociais.

Outros dados analisados que estão relacionados ao gênero documental é a quantidade de imagens e vídeos utilizados para compor a postagem. Em relação à quantidade de imagens, a média foi de 1,7 imagens. No que se refere à moda o resultado foi de uma imagem, que é a quantidade de imagens que ocorrem com maior frequência nas postagens. Quanto aos vídeos, a média foi de 0,08 e a moda foi zero. Através destes dados constatamos que mesmo o texto sendo o suporte mais usado para compor as postagens, as imagens se constituem em estratégias de composição por parte dos membros do grupo.

Partindo do pressuposto que o compartilhamento de informação é toda a informação que o indivíduo coloca a disposição dos outros, conferimos que toda a publicação feita no grupo é compartilhada. Porém esse compartilhamento foi dividido em três grupos: informação de outras páginas, informação pessoal e arquivo em anexo. As informações de outras páginas são todas as informações que foram compartilhadas de outras páginas da internet, como sites, blogs, e até mesmo outros grupos ou comunidades no Facebook. Informação pessoal diz respeito a toda informação desenvolvida pelo próprio sujeito que publicou a postagem, sendo fotos, textos ou vídeos, também são consideradas como informação pessoal as informações compartilhadas de perfis no Facebook. Arquivo em anexo são os arquivos em Word ou PDF que são anexados as postagens. O Gráfico 2 apresenta os dados relacionados as estratégias de composição das postagens.

Gráfico 2 – Estratégias de composição da postagem



Fonte: do autor.

Das postagens analisadas, podemos averiguar que 22 foram compostas por informação de outras páginas, 12 foram compostas por informação pessoal + informação compartilhada, 9 somente de informação pessoal e três de informação pessoal + arquivo em anexo. É possível verificar que o compartilhamento de informação proveniente de outras páginas é preponderante se somado, pois 34 (74%) das postagens contêm informações compartilhadas de outras páginas.

As subcategorias obtidas das análises concernentes as fontes de informação utilizadas são as seguintes: comunidade no Facebook, texto pessoal, site de jornal, blog, perfil no Facebook, site de petições e panfleto. No Quadro 5 estão elencadas quais fontes de informação são utilizadas pelos membros do grupo para compor as postagens tal como o número de vezes que elas ocorrem nas postagens pesquisadas.

Quadro 5 – Fontes de informação

| Fonte de informação                    | Nº de postagens |
|--|-----------------|
| Comunidade no Facebook                 | 16              |
| Texto pessoal                          | 11              |
| Texto pessoal + comunidade no Facebook | 5               |
| Site jornal                            | 5               |
| Texto pessoal + site de jornal         | 4               |
| Texto pessoal + site de petições       | 1               |
| Texto pessoal + panfleto               | 1               |
| Texto pessoal + perfil Facebook        | 1               |
| Texto pessoal + blog                   | 1               |
| Blog                                   | 1               |

Fonte: do autor.

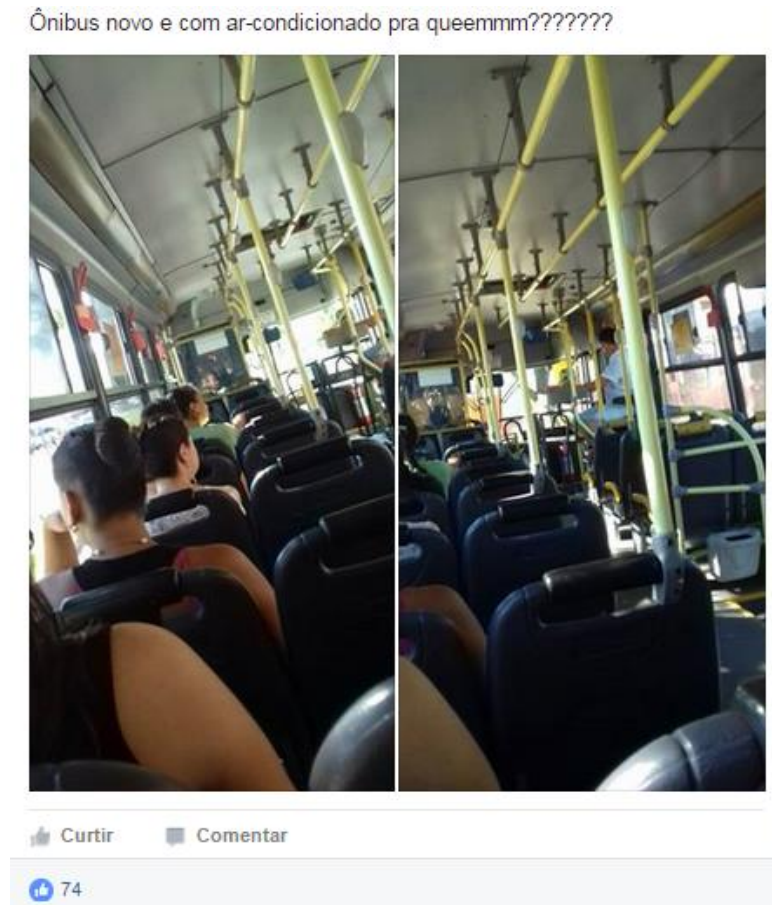
A fonte de informação comunidade no Facebook aparece em 16 postagens, texto pessoal aparece em 11 postagens, sendo texto pessoal considerado quando a postagem foi escrita pelo próprio sujeito. As fontes de informação que menos ocorrem são texto pessoal + site de petições, texto pessoal + panfleto, texto pessoal

+ perfil no Facebook, texto pessoal + blog e blog, essas fontes aparecem apenas em uma postagem cada.

Nessa perspectiva verificamos que a fonte de informação mais utilizada é o texto pessoal, onde os indivíduos optam por escrever suas próprias postagens, somando todas as vezes que ela aparece nas postagens chegamos a um total de 23 (50%) ocorrências. Em segundo lugar temos comunidade no Facebook, sendo 21 (46%) ocorrências. Além disso, verificamos que 37% das postagens são compostas por uma combinação de dois tipos de fonte de informação. Isso nos indica que as categorias de fontes de informação propostas na teoria, já não se aplicam mais aos documentos hipertextuais.

Outro dado analisado foi à quantidade de curtidas em cada postagem, através deste dado obtivemos uma média de 11 curtidas. No Facebook o termo “curtir” ou seu símbolo tem associação ao caráter aprovativo de qualquer assunto, deste modo, quando esta ferramenta é utilizada em uma postagem, consideramos que a mesma foi aprovada pelo usuário e que este é um comportamento de interação com a publicação. Ademais, observamos que há algumas postagens que se destacam pelo grande número de curtidas, que se distanciam da média total. Dentre estas postagens destacamos em primeiro lugar a Postagem 4, com 74 curtidas, nesta postagem o sujeito exprime a frase “Ônibus novo e com ar-condicionado pra quemmm???????” juntamente com duas fotos (Figura 6).

Figura 6 – Postagem 4



Fonte: dados da pesquisa.

Embora a postagem fosse composta quase que exclusivamente a partir de uma imagem, percebemos que essa imagem dentro desse um contexto e em meio a um questionamento nos revela que há uma discussão social em pauta.

A segunda postagem destacada é a Postagem 9 que recebeu 41 curtidas, nela o texto empregado foi o seguinte: “22/02 (segunda) a cidade precisa parar galera! atinge todo mundo pesadamente esse aumento! vamo articular. e mantém do dia 29 tbm ué”. Conseqüentemente a Postagem 6 também atingiu um número elevado de curtidas, um total de 38, a postagem em questão foi de uma publicação compartilhada de um site de jornal (Figura 7).



Figura 7 – Postagem 6

<http://www.jornalja.com.br/fortunati-foi-desmentido-no-ar-.../>



### Fortunati foi desmentido sobre ar condicionado nos novos ônibus - Jornal Já | Porto Alegre

Em entrevista no estúdio da Rádio Gaúcha, na manhã desta segunda-feira, o prefeito José Fortunati repetiu a informação de que os 296 novos ônibus que...

JORNALJA.COM.BR

👍 Curtir

💬 Comentar

➦ Compartilhar

👍 38

Fonte: dados da pesquisa.

A última postagem destacada é a Postagem 2 que recebeu 37 curtidas, nesta publicação o sujeito expõe o texto:

As carroças vermelhas metidas a ônibus carioca estão SEM AR CONDICIONADO (zona sul = Inter hahaha), a que eu peguei e 100% das que vi circulando nas ruas não tinham ar. Pelo que eu sei só as da minha região, 5 quebraram!!!! no primeiro dia!

O que fiquei sabendo? que a mafiosa empresa trevo/sts comprou esses lixos de ônibus antes da nova licitação já calculando a futura economia. Ou seja, os TAIS ÔNIBUS NOVOS, SÃO VELHOS!

Sugiro que além de atos pontuais façamos adesivos para distribuir nas paradas e nos ônibus - SEM AR NÃO PAGO!

Os adesivos podem servir para dar coesão a pessoas que não se conhecem, que não estão reunidas por causa de uma manifestação e que podem fortalecer o movimento no cotidiano ao negar o pagamento da tarifa, uma vez que várias pessoas se habituam a usar o adesivo isso pode encorajar à ação direta de não pagar.

E que não se pague! nada mais justo!

Atribuimos o numero elevado de curtidas nas postagens destacadas ao fato de que estas publicações foram feitas entre os dias 19 a 22 de fevereiro de 2016, alguns dias antes dos novos ônibus serem postos em circulação nas ruas de Porto Alegre, levando os membros do grupo a uma intensa euforia em relação ao assunto tratado. Nesse aspecto inferimos que o alto número de curtidas está em certa medida relacionada ao contexto de reivindicações.

Quando analisado o número de comentários nas postagens, obtivemos uma média de 2 comentários por postagem. Vinte e duas das postagens não tiveram nenhum comentário, ou seja, a moda em relação aos comentários é zero. A postagem que mais se destacou em relação ao número de comentários foi a Postagem 12, que recebeu 25 comentários dos membros do grupo. Em relação às respostas aos comentários, a média de respostas foi de 0,8 comentários e a moda foi zero. A postagem com maior número de respostas foi novamente a Postagem 12, com 19 respostas, possivelmente isso se deva ao fato de que está postagem teve um alto número de comentários como descrito anteriormente.

### Figura 8 – Postagem 12

Fortunati anuncia o aumento da passagem para segunda que vem, ontem na assembleia do bloco uma suave maioria votou não fazer ato na semana que vem, foi um erro estratégico significativo ainda mais quando já havíamos convocado no ato anterior que "semana que vem seria maior". Vamos deixar passar o aumento, na semana que vem, sem ato mesmo? É sério?

Aqui contribuo com um debate estratégico de reorganização do bloco, convido todos a lerem e pensarem na ideia. Vamos aos debates nas próximas assembleias.



#### Uma estratégia para vencer Fortunati e a máfia dos transportes

Um debate sobre como se organizar para derrotar o aumento da passagem em Porto Alegre.

ESQUERDADIARIO.COM.BR | POR DANIEL DIAS, PO...

👍 Curtir    💬 Comentar    ➦ Compartilhar

👍 23

Fonte: da pesquisa.

Verificamos na Postagem 12 que o indivíduo a compôs utilizando informações compartilhadas e informação pessoal. A informação compartilhada de um site de jornal serviu de base para ele expressar sua opinião com o intuito de auferir mudanças em relação ao fenômeno tratado, sendo este o dia que seria realizado o ato contra o aumento da passagem.

Abaixo elencamos os comentários que se destacaram em relação à Postagem 12:

Quadro 6 – Principais comentários da Postagem 12

|              |   |
|--------------|---|
| Comentário 1 | Vcs estao ficando fraco!!!! Estao querendo dar apoio ao melo para prefeitura esse ano? O q esta acontecendo????!!!!   |
| Comentário 2 | 3,75 saiu na radio gaucha agora!!! Fazer ato segunda pra que... pra estragar a vida da população,??   |
| Comentário 3 | creio que a intenção é positiva, mas merece uma pequena correção: não acredito ser possível fazer assembleia por local de trabalho ou estudo, mas por bairro já fica mais viável. talvez se dividirmos a cidade por 30 ou 40, cada uma fazendo sua discussão, facilite a população mais pobre a participar - isso é viável e tem como ser feito |
| Comentário 4 | O grupo Desobedeça LGBT também é parceiro pelo ato na segunda-feira.  |
| Comentário 5 | Companheiros vai sair o ato segunda. Evento daqui a pouco público, a comissão de mobilização já encaminhou tendo em vista o anúncio do aumento de 3,75 para segunda.  |
| Comentário 6 | Estranho isso justamente proximo a um aumento de tarifa, logo depois prefeito anuncia aumento. Isso esta parecendo bogada de partidinho de esquerda querendo enfraquecer a coisa mas para o aumento segyir em frente, mas claro não pode desanimar muito pois tem que coopotar uns militantes.  |

Fonte: do autor.

Os comentários destacados expressam uma diversidade de opiniões frente à postagem. Há indivíduos que se manifestam contra, conforme destacado no Comentário 1, bem como há o apoio de outros movimentos sociais como destacado no Comentário 4. Percebemos assim, que os indivíduos utilizaram as informações desta postagem para expressar suas opiniões, sendo contra ou a favor e também para se articularem frente ao fenômeno. Esses indivíduos organizam suas ações nos próprios espaços políticos em função de socializações e mobilizações suscitadas pelo desenvolvimento das redes. Mesmo em uma esfera informal de relações

sociais, os efeitos das redes podem ser percebidos fora do seu espaço, nas interações com o estado, na sociedade ou em outras instituições representativas como citado anteriormente por Marteleto (2001).

Referente ao compartilhamento de informação, a média de compartilhamentos das postagens analisadas foi de 1,08 e a moda foi zero, número de maior ocorrência nas postagens. Ainda assim temos uma postagem em destaque, a Postagem 16 com 29 compartilhamentos, como mostrado na Figura 9.

Figura 9 – Postagem 16



Fonte: dados da pesquisa.

Inferimos significativo e discrepante o número de compartilhamentos que ocorrem, pelo fato de que exatamente no dia 19 de fevereiro de 2016, mesmo dia em que foi feita a postagem destacada, é anunciado o aumento da tarifa previsto para os próximos dois dias que se seguiram a postagem, dia 22 de fevereiro de 2016.

Referente ao tema das postagens foi realizado uma análise temática no sentido de determinar às subcategorias. As subcategorias foram determinadas

através da aplicação da análise de conteúdo somente nos textos das postagens. Os textos das postagens dizem respeito tanto aos textos compartilhados de outras páginas, quanto ao texto pessoal escrito pelo próprio sujeito. Estes formaram o corpus para análise. A análise de conteúdo foi aplicada em três etapas, conforme Campos (2004): pré-exploração ou leitura flutuantes do corpus, seleção das unidades de análise e o processo de categorização e sub-categorização. Dentro dessa perspectiva as subcategorias elencadas foram:

Quadro 7 – Tema da postagem

| Tema   | Nº de postagens |
|--|-----------------|
| Aumento da tarifa de ônibus                    | 26              |
| Qualidade dos ônibus                           | 4               |
| Rearticulação de movimento social              | 3               |
| Manifestação social contra o aumento da tarifa | 2               |
| Movimento social a favor do transporte público | 2               |
| Tarifa de ônibus                               | 2               |
| Criminalização de movimento social             | 2               |
| Manifestação social                            | 1               |
| Licitação de ônibus                            | 1               |
| Encapação do transporte público                | 1               |
| Assédio moral                                  | 1               |
| Transporte público gratuito                    | 1               |

Fonte: do autor.

Podemos observar que os termos aumento da tarifa de ônibus e tarifa de ônibus são muito parecidos, bem como os termos manifestação social contra o aumento da tarifa e manifestação social, por isso convém explicar detalhadamente cada um deles. O termo aumento da tarifa de ônibus caracteriza todas as postagens que tem como assunto principal o aumento da tarifa de ônibus, quando o assunto principal é somente a tarifa de ônibus, sem se referir ao aumento da passagem, esta é descrita apenas com o termo tarifa de ônibus. Em relação aos termos

manifestação social contra o aumento da tarifa e manifestação social estes se diferenciam, pois o termo manifestação social se refere a outro tipo de manifestação social que não tenha como assunto principal o aumento da tarifa de ônibus.

Em relação aos temas identificados nas postagens, 39 (85%) postagens tratavam de questões relacionadas ao tema abordado no grupo do Facebook. As prevalências de tais temáticas reproduzem os interesses dos membros da comunidade. Isso fica evidente na Postagem 32 onde foi compartilhada a notícia do jornal Correio do Povo com o seguinte título: “Passagem de ônibus vai subir até março, afirma Sebastião Melo”. Segue abaixo um trecho da notícia:

Os usuários do transporte público em Porto Alegre irão pagar mais caro pela passagem. Em entrevista ao programa Espera Pública, da Rádio Guaíba, o vice-prefeito Sebastião Melo, afirmou que o aumento deve ocorrer no máximo até março. Questionado sobre o percentual do reajuste, ele falou que ainda não sabe precisar o valor. (CORREIO DO POVO, 2016).

A reprodução das temáticas propostas indica um condicionamento que ocorre em razão do grupo se propor a discutir a temática do transporte público. Além disso, cabe destacar que em relação à categoria tema da postagem, que 7 (24%) postagens não foram contabilizadas tendo como tema o transporte público. Destas destacamos a Postagem 1.

quem me conhece sabe que faço parte de um partido (o PSOL) que abomina qualquer tipo de assédio, seja moral ou sexual. estava hoje no ato pelo transporte público e gratuito, já no trecho final da marcha, ali na José do Patrocínio, já cansado de andar pela cidade (havia feito uma outra jornada na tarde, não vem ao caso), quando uma garota que nunca vi antes esbarrou em mim, puxou meu braço, e começou a me questionar:

- que que é ? que que é ? como se eu tivesse esbarrado de propósito nela. ato contínuo, puxou meu braço, tentando pegar o celular que eu segurava na mão, não conseguindo chamou outra garota e um rapaz, que puxou meu outro braço, conseguindo soltar a pulseira do meu relógio, até arrancá-lo do pulso. o relógio caiu no chão, o rapaz pisou com força, quebrou o vidro. consegui enfim me livrar desses delinquentes de ocasião (pois que tratou-se sem dúvida de uma tentativa de assalto), uma outra moça sugeriu que eu deveria ir embora, eu recusei. algumas pessoas próximas passaram a prestar atenção, penso agora que eu deveria ter denunciado em voz alta essa tentativa de assalto. se fosse apenas uma moça drogada, não haveria a ajuda providencial de seus dois cúmplices.

quem quer que tenha presenciado a cena, se vir essa ladra de novo, afaste-se, é uma nova modalidade de assalto. nem por isso vou desistir da luta.

Nesta postagem o autor partiu do tema assédio moral para compor a postagem que tratava de um assalto em meio a manifestação social sobre transporte público.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O compartilhamento de informação nos sites de redes sociais se mostra muito importante nos dias atuais, principalmente porque essas plataformas são propícias para as trocas de informações. Os sites de redes sociais tendem a formação de comunidades e grupos virtuais que se constituem em aglomerações mais densas dentro dessas plataformas. Estes grupos reúnem pessoas em busca de interesses em comum, por isso a pertinência em investigar o compartilhamento de informação dentro deles.

O grupo que serviu de campo para a investigação foi um grupo com a temática sobre o transporte público. O sentido em discutir questões relacionadas ao transporte público compartilhadas em grupos no Facebook se constitui em importantes temáticas para a Ciência da Informação, por esse fenômeno ser considerado seu paradigma social.

As primeiras impressões a cerca do objeto de estudo permitiram observar a quantidade de informações que são compartilhadas diariamente nesse grupo, e a variedade de assuntos tratados que fogem da temática principal do grupo que é o transporte público. Portanto o estudo se propôs a analisar as postagens sobre transporte público compartilhadas pelos membros do grupo. Nesse viés, categorizando as formas de composição das postagens, arrolando as fontes de informações preferenciais relativas à composição das postagens e aproximando o compartilhamento de informação aos estudos de usuários.

As análises das postagens sobre transporte público no grupo estudado permitiram observações acerca das categorias: curtidas, comentários, respostas, compartilhamento, imagens, vídeos, estratégias de composição, gênero documental, fontes de informação e tema. As primeiras categorias são oriundas das plataformas e a segunda são elementos que foram elencados posteriormente pela autora deste texto.

Concluimos que dos três suportes de apresentação mais utilizados nas postagens o mais utilizado é o texto (96%), ainda assim os indivíduos costumam empregar mais de um gênero documental nas postagens sendo a imagem o mais utilizado para complementar as postagens. Para compor suas postagens os membros do grupo utilizam preponderantemente informações de outras páginas (74%). Concluimos também que o texto pessoal é a fonte de informação preferencial



(50%), em segundo lugar optando por informações advindas de comunidades do próprio Facebook, verificamos também que 37% das postagens são compostas por mais de uma fonte de informação. Constatamos que quando um fenômeno social ocorre na sociedade ao mesmo tempo que são postadas informações sobre ele, as mesmas estão sujeitas a receber um número de compartilhamento e curtidas mais elevado a até mesmo discrepante em relação aos outros. Em relação aos temas das postagens a maioria (89%) tinha como tema principal, temas relacionados ao assunto do grupo. Apenas 24% não tinham como tema principal o transporte público.

Esses elementos nos dizem sobre a importância de estudar o compartilhamento de informação nos sites de redes sociais. Através deste estudo percebemos o quanto as informações compartilhadas podem influenciar no comportamento de uso e busca da informação dos membros do grupo, pois estes produzem, compõem hipertextos e os compartilham influenciados pela necessidade de informação a partir de eventos que ocorrem no seu meio social.

## REFERÊNCIAS

- ADAMI, A. Redes Sociais. In: **InfoEscola**. 2015. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/sociedade/redes-sociais-2/>>. Acesso em: 15 nov 2015.
- ALCARÁ, A. R. et al. Fatores que influenciam no compartilhamento da informação e do conhecimento. **Perspectivas em Ciências da Informação**, v. 14, n. 1, p. 170-191, jan./abr. 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pci/v14n1/v14n1a12.pdf>>. Acesso em: 29 maio 2016.
- ALVES, A. M.; BARBOSA, R. R. Colaboração e compartilhamento da informação no ambiente organizacional. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11., 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: Ufscar, 2010. Disponível em: <<http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/xienancib/paper/viewFile/3468/2593>>. Acesso em: 29 maio 2016.
- ARCOVERDE, M. D. L.; ARCOVERDE, R. D. L. **Leitura, interpretação e produção textual**. Campina Grande: UEPB/UFRN, 2007. Disponível em: <[http://www.ead.uepb.edu.br/ava/arquivos/cursos/geografia/leitura\\_interpretacao\\_e\\_producao\\_de\\_textos/Le\\_PT\\_A08\\_J\\_1\\_.pdf](http://www.ead.uepb.edu.br/ava/arquivos/cursos/geografia/leitura_interpretacao_e_producao_de_textos/Le_PT_A08_J_1_.pdf)>. Acesso em: 01 jun. 2016.
- BARAN, P. On distributed Communications: I. Introduction to distributed communications networks. In: **Memorandum RM-3420-PR**. Santa Mônica: The Rand Corporation, 1964. Disponível em: <[http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research\\_memoranda/2006/RM3420.pdf](http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_memoranda/2006/RM3420.pdf)>. Acesso em: 25 nov. 2015.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARRETO, A. A. A questão da informação. **Revista São Paulo em Perspectiva**, v. 8, n. 4, 1994
- BERNARDO, J. C. O. Hipertexto, diversidade e gênero textual no facebook. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA, 2014, Uberlândia. **Anais...** Uberlândia: EDUFU, 2014. Disponível em: <<http://www.ileel.ufu.br/anaisdosielp/wp-content/uploads/2014/11/99.pdf>>. Acesso em 01 jun. 2016.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2015.
- CAMARGO, A. M. A.; BELLOTTO, H. L. **Dicionário de terminologia arquivística**. São Paulo: Associação dos Arquivistas Brasileiros - Núcleo Regional de São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura, 1996.

CAMPOS, C. J. G. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília, v. 57, n. 5, p. 611-614, set/out 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/reben/v57n5/a19v57n5.pdf>>. Acesso em: 16 maio 2016.

CARRIZO SAINERO, G. Lasfuentes de lainformación. In: CARRIZO SAINERO, G.; SÁNCHEZ, P. I.; QUINTANA SÁENZ, E. L. de. **Manual de fuentes de información**. Madrid: ConfederaciónEspañola de Gremios y Asociaciones de Libreros, 1994. p. 17-44.

CARVALHO, J. L. de; DIAS, G. A. Fidedignidade informacional no twitter: uma questão de confiança. **Biblionline**, João Pessoa, v. 8, n. esp., p. 152-160, 2012.

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

CHOO, C. W. Como ficamos sabendo: um modelo de uso da informação. In:\_\_\_\_\_. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Senac, 2003.

CIRIBELI, João Paulo; PAIVA, Victor Hugo Pereira. Redes e Mídias Sociais na Internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 13, n. 12, p. 57-74, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/509/504>>. Acesso em: 28 maio 2016. file:///C:/Users/Maria/Downloads/509-518-1-SM.pdf

CORRÊA, M. V. **Comportamento informacional em comunidades virtuais: um estudo netnográfico**. 2015. 69 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)- Faculdade de Biblioteconomia e comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/122429/000971224.pdf?sequencia=1>>. Acesso em: 28 maio 2016.

CRESPO, I. M. **Um estudo sobre comportamento de busca e uso de informação de pesquisadores das áreas da biologia molecular e biotecnologia**: impactos do periódico científico eletrônico. 2005. 121 f. Dissertação (Mestrado em comunicação)- Faculdade de biblioteconomia e comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005.

CUNHA, M. B. da. **Para saber mais**: fontes de informação em ciência e tecnologia. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2001.

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação**: porque só a tecnologia não basta para o sucesso da era da informação. São Paulo: Futura, 2000.

DAVENPORT, T. H. Cultura e comportamento em relação à informação. In: **Ecologia da informação**. Tradução Bernadette Siqueira Abrão. São Paulo: Futura,

1998. Disponível em: <<http://amormino.com.br/livros/20141114-ecologia-informacao.pdf>>. Acesso em: 29 maio 2016.

E.LIFE GROUP. **Hábitos e comportamento dos usuários de redes sociais no Brasil 2014**. 2015. Disponível em:

<<https://pt.slideshare.net/secret/BXWSF0YxOhas8X>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

FACEBOOK. **Como faço para adicionar arquivos a um grupo?** 2016g. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/397856870259152>>. Acesso em: 28 maio 2016.

FACEBOOK. **Como faço para carregar fotos ou vídeos em um grupo?** 2016f. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/149759085093429>>. Acesso em: 28 maio 2016.

FACEBOOK. **Introdução: seu perfil**. 2016d. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/467610326601639/>>. Acesso em 28 maio 2016.

FACEBOOK. **Noções básicas de grupo**. 2016a. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/162866443847527/>>. Acesso em: 28 maio 2016.

FACEBOOK. **O que é uma página de comunidade?** 2016h. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/187301611320854>>. Acesso em 29 maio 2016.

FACEBOOK. **O que são configurações de privacidade para os grupos?** 2016b. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/220336891328465>>. Acesso em: 28 maio 2016.

FACEBOOK. **De que forma as páginas são diferentes dos perfis pessoais?** 2016c. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/217671661585622>>. Acesso em: 12 jun. 2016.

FERREIRA, L. A.; MAIA, L. C. G. Gestão da informação em bibliotecas universitárias: as práticas do Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Goiás (Sibi/UFG). **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**. Florianópolis, v. 18, n. 36, p.181-202, jan./abr., 2013 Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2013v18n36p181/24528>> Acesso em: 3 nov. 2014.

FRANCO, A. Viver em rede ou viver na rede. In: **Café filosófico**. 2014. 1 vídeo. Disponível em:<<http://www.cpfcultura.com.br/2014/05/05/viver-em-rede-e-viver-da-rede-com-augusto-de-franco/>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

GASQUE, K. C. G. D.; COSTA, S. M. S. Evolução teórico-metodológica dos estudos de comportamento informacional de usuários. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 39 n. 1, p. 21-32, jan./abr. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v39n1/v39n1a02.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1987.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999. (Coleção Trans).

MAGNABOSCO, G. G. Hipertexto: algumas considerações. In: COLÓQUIO DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS E LITERÁRIOS, 3., 2007, Maringá. **Anais...** Maringá, 2009, p. 1389-1398. Disponível em: <[http://www.ple.uem.br/3celli\\_anais/trabalhos/estudos\\_linguisticos/pfd\\_linguisticos/031.pdf](http://www.ple.uem.br/3celli_anais/trabalhos/estudos_linguisticos/pfd_linguisticos/031.pdf)>. Acesso em: 01 jun. 2016.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1.pdf>>. Acesso em: 28 maio 2016.

MENDONÇA, M. A.; FEITOSA, L. T. Interação e mudanças na comunicação: o papel da Internet na sociedade. **Biblionline**, João Pessoa, v. 3, n. 1, 2007.

OLIVEIRA, D. C. de. Análise de conteúdo temático-categorial: uma proposta de sistematização. **Revista de Enfermagem UERJ**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 4, p. 569-576, out./dez. 2008.

OLIVEIRA, M. Origens e Evolução da Ciência da Informação. In: OLIVEIRA, M. (Coord.). **Ciência da informação e biblioteconomia**: novos conteúdos e espaços de atuação. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

REBS, R. R.; ZAGO, G. S. Redes sociais integradas e difusão de informações: compreendendo a circulação da informação em social games. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 17, n. 2, p. 179-193, jul./dez. 2011. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/21910/14311>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Comunidades em redes sociais na Internet**: proposta de tipologia baseada no Fotolog.com. 2006. 334 f. Tese (Doutorado)– Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/teseraquelrecuero.pdf>>. Acesso em: 28 maio 2016.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2010. (Coleção Cibercultura).

RODRIGUES, C. BLATTMANN, U. Gestão da informação e a importância do uso de fontes de informação para geração de conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.19, n.3, p.4-29, jul./set. 2014

SANZ CASADO, E. **Manual de estudos de usuários**. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez; Pirâmide, 1994.

VALSENOR RODRIGUES, I. Los instrumentos para La recuperación de lá información: lasfuentes. In: TORRES RAMIREZ, Isabel de (Ed.). **Lasfuentes de Información**: estudios teórico-práticos. Madrid: Síntesis, 1998. Cap. 2.

VENÂNCIO, L.; NASSIF, M. E. O comportamento de busca de informação sob o enfoque da cognição situada: um estudo empírico qualitativo. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 37, n. 1, p. 95-106, jan./abr. 2008

WILSON, T. D. On user studies and information needs. **Journal of Documentation**, v. 37, n. 1, p. 3-15, 1981. Disponível em: <<http://www.informationr.net/tdw/publ/papers/1981infoneeds.html>>. Acesso em 30 maio 2016.

WILSON, T. D. Information sharing: an exploration of the literature and some propositions. **Information research**, v. 15, n. 4, dec. 2010. Disponível em: <<http://www.informationr.net/tdw/publ/papers/1981infoneeds.html>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

ZAGO, G. S. **Recirculação jornalística no Twitter**: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação. 2011. 201 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/28921>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

ZUCKERBERG, M. **Facebook community update**. 2015. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10102457977071041&set=a.529237706231.2034669.4&type=3&permPage=1>>. Acesso em: 17 nov. 2015.