

---

**AS MÍDIAS SOCIAIS COMO FONTES DE INFORMAÇÃO PARA  
FORMAÇÃO PROFISSIONAL: o Blog de olho na CI**

**THE SOCIAL MEDIA AS SOURCES FOR PROFESSIONAL FORMA-  
TION: The Blog “De Olho na CI”**

**Aline Poggi Lins Lima** – alinepoggi@gmail.com

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação  
da Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

**Isa Maria Freire** – isafreire@globo.com

Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de  
Janeiro (UFRJ). Docente do Programa de Pós-Graduação em Ciência  
da Informação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

**RESUMO**

Esta comunicação visa apresentar a pesquisa-dissertação em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba. Através de uma abordagem preliminar descritiva-quantitativa, a pesquisa aborda as mídias sociais presentes no *blog* De olho na CI (*Twitter* e *Facebook*) vistas como recursos capazes de desenvolver Redes Sociais na *Internet* (RSI) e como meio de disseminação de informação de interesse aos profissionais da informação — formados ou em formação — que desejam continuar seu aprendizado adquirindo informações para competência profissional. Por meio da observação participante e do diário de campo, a investigação em questão possibilitou demonstrar a importância das mídias sociais, do *blog* De olho na CI, como fontes de informação e disseminação da informação para pesquisadores e profissionais da área, que usam as tecnologias digitais de comunicação para o acesso e compartilhamento da informação.

**Palavras-Chave:** Web. Mídias sociais. *Blog* — De olho na CI. Profissionais da Informação.

**ABSTRACT**

This Communication aims to present the dissertation research in development in the Graduate Program in Information Science from the Federal University of Paraíba. Through a preliminary descriptive and quantitative approach, the research deals with social media present in the *blog* De olho na CI (*Twitter* and *Facebook*), seen as resources capable of developing

Social Networks on the Internet (RSI) and as a means of disseminating information of interest to information professionals - trained or in training - who wish to continue their learning acquiring information for professional competence. Through participant observation and field journal, this investigation enabled to demonstrate the importance of social media, of the blog De olho na CI, as sources of information and dissemination of information for researchers and professionals, who use digital communication technologies to access and share information.

**Keywords:** Web. Social media. Blog — De olho na CI. Information Professionals.

---

## 1. INTRODUÇÃO

A presente comunicação visa apresentar o andamento da pesquisa-dissertação em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba (PPGCI/UFPB). A pesquisa aborda as mídias sociais presentes no *blog* De olho na CI — *Twitter* e *Facebook* — vistas como recursos capazes de desenvolver Redes Sociais na *Internet* (RSI) e como meio de disseminação de informação de interesse aos profissionais da informação — formados ou em formação — que desejam continuar se educando e adquirindo informações para competência profissional.

Objetiva-se com a pesquisa analisar o processo de disseminação da informação de interesse para os profissionais da informação, através das mídias sociais do *blog* De olho na CI. Os resultados parciais desta pesquisa visam atender aos seguintes questionamentos: Quantos usuários estão acessando o *Facebook* De olho na CI? Qual o quantitativo de visitantes únicos e páginas visitadas do *blog*? Quais as temáticas de notícias mais acessadas pelo público-leitor?

O *blog* De olho na CI é uma mídia social criada pela Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia (PBCIB), em 13 de agosto de 2010, com o intuito de promover maior aproximação entre seu público-alvo (profissionais da informação) e os acontecimentos nos campos da Ciência da Informação, Biblioteconomia, Arquivologia, Museologia e Memória Social. O projeto acontece no âmbito do Laboratório de Tecnologias Intelectuais - *LTi* da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e recebe apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do CNPq e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). As mídias sociais do *Twitter* e o *Facebook* foram implementadas no

*blog* De olho na CI com o intuito de dinamizar a interação com os profissionais da informação aumentando as possibilidades de disseminação das informações.

O uso de parte dos métodos da etnografia virtual, como a observação participante e o diário de campo, e as ferramentas de monitoramento e métricas — *Klout* e *Google Analytics* — contribuíram para tornar visível o crescimento das mídias sociais De olho na CI entre os profissionais da informação, como novas técnicas para o acesso e disseminação da informação na *Web*.

Acreditamos que a pesquisa em questão demonstra a importância das mídias sociais na *Web* como fontes de informação para pesquisadores e profissionais da área, podendo gerar ganhos aos seus usuários os quais se utilizam delas para adquirir competências profissionais.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

O uso das tecnologias de informação está cada vez mais presente no cotidiano social dos indivíduos. A facilidade e agilidade no manuseio de dispositivos móveis e das próprias mídias e redes sociais fazem com que inúmeras pessoas estejam conectadas ao mesmo tempo, em diferentes espaços, trocando informações e conhecimentos mutuamente, de forma dinâmica e veloz.

A *Internet* é um dos principais meios de captação da informação. Seu surgimento propiciou que as pessoas pudessem disseminar e buscar informações de forma mais rápida e interativa. No contexto dos profissionais da informação, a *Internet* tem uma participação fundamental no auxílio à disseminação de informação e do conhecimento. Tomaél e Marteleto (2006) afirmam que a disposição em compartilhar e o compartilhamento eficiente de informação entre os atores de uma rede [ou mídias sociais], asseguram ganhos, a cada participante, que assim se valem das informações às quais passa a ter acesso e que poderão reduzir as incertezas e promover o crescimento mútuo.

É inegável que a informação foi se tornando um insumo essencial em nossas vidas, e que as TICs fizeram com que o acesso à informação ocorresse de maneira fácil e ágil, fazendo com que o seu uso e disseminação alcançassem um número maior de usuários e profissionais da informação. A facilidade na transmissão da informação e conhecimento auxilia a Ciência da Informação (CI) em um de seus obje-

tivos que, para os autores Freire e Freire (2010, p. 76), é “contribuir para a informação se tornar, cada vez mais, um elemento de inclusão social, trazendo desenvolvimento para as pessoas e nações”. Esse objetivo leva a CI a atuar de forma social e responsável diante dos profissionais da informação e da sociedade civil. Pois, como ressaltam Wersig e Neveling (1975), a transmissão do conhecimento para aqueles que dele necessitam é uma responsabilidade social, e essa responsabilidade social parece ser o verdadeiro fundamento da CI.

Nessa perspectiva, as mídias sociais — *blog, Twitter, Facebook* — entram em cena, na *Internet*, como ferramentas de tecnologia da informação e comunicação capazes de facilitar o acesso, busca, uso e disseminação da informação a todos que dela necessitam. *Sites* e mídias sociais são exemplos do desenvolvimento tecnológico frente à informação. As novas Tecnologias de Informação e Comunicação - (TICs) modificaram o processo de produção, acesso, uso e disseminação da informação. Para tanto, Assmann (2000) afirma que:

As novas tecnologias da informação e da comunicação já não são meros instrumentos no sentido técnico tradicional, mas feixes de propriedades ativas. São algo tecnologicamente novo e diferente. As tecnologias tradicionais serviam como instrumentos para aumentar o alcance dos sentidos (braço, visão, movimento etc.). As novas tecnologias ampliam o potencial cognitivo do ser humano (seu cérebro/mente) e possibilitam mixagens cognitivas complexas e cooperativas (ASSMANN, 2000, p. 9).

As TICs passam a ter grande influência no desenvolvimento cognitivo dos indivíduos acelerando seu processo de aprendizagem e de captação de informações, pois as pessoas apropriam-se das informações de forma veloz e corriqueira, as quais passam a ser a base de todas as transformações, tanto no seu modo de vida, como no seu contexto profissional.

## 2.1 A *web 2.0* e o impacto na socialização da informação

O termo *Web 2.0* também conhecido como "*Web Social*" [devido à preocupação com a participação dos usuários], ou a segunda geração da *Web*, é da autoria de Tim O'Reilly e surgiu numa sessão de *brainstorming* no *MediaLive International* em outubro de 2004 (BEZERRA, 2011). É, dito de forma simples, a evolução da

---

Anais do V SECIN, 2013, p. 584 - 600

*Internet* com funções e usos inovadores, um termo cunhado em referência aos aplicativos interativos existentes nessa nova configuração da *Web*, envolvendo *wikis*, aplicativos, redes sociais, *blogs*, agregadores de conteúdos, e outros. Com eles, a *Web 2.0* possibilita a criação de espaços mais interativos, de novos ambientes virtuais de socialização e compartilhamento de informações *on-line*.

Primo (2007) afirma que a *Web 2.0* tem seu aspecto relacional voltado à coletividade, constituindo um espaço de troca, produção e circulação de informações. O autor relata ainda, que a *Web 2.0* permeia princípios fundamentais à sua existência, entre eles “trabalhar a *Web* como uma plataforma, isto é, viabilizando funções *on-line* que antes só poderiam ser conduzidas por programas instalados em um computador”. Para O’Reilly (2005), o criador da *Web 2.0*, “o princípio central por trás do sucesso dos gigantes nascidos na era *Web 1.0* que sobreviveram para liderar a era da *Web 2.0* parece ser isto, que eles adotaram o poder da *web* para aproveitar a inteligência coletiva”. Em seu texto “*What is Web 2.0?*”, O’Reilly (2005) assevera que uma das características mais elogiada dessa plataforma, à época, era a ascensão dos *blogs*, ainda em sua forma mais básica, como diário pessoal em organização cronológica. O autor acredita, ainda, que os serviços desta plataforma tornam-se melhores quanto mais pessoas o usarem.

As potencialidades advindas da *Web 2.0* e sua evolução destacam as peculiaridades antes vistas como barreiras para os usuários, e que agora se tornam facilidades e possibilidades ilimitadas. Nesse sentido, diferenças marcantes podem ser observadas entre a *Web 1.0* e a *Web 2.0*. Antes, o usuário era apenas consumidor da informação e na *Web 2.0*, ele passa a ser não só consumidor, mas também, produtor da informação: existem facilidades para criação e edição de páginas *on-line*, o que antes demandaria *softwares* específicos, gerando dificuldades para programar tais páginas. A *Web 1.0* era bastante onerosa, financeiramente: a maioria dos seus serviços era pago e controlado por licenças, enquanto a *Web 2.0* propiciava a livre expressão e comunicação. De fato, a partir dessa mudança, as pessoas passaram a produzir os seus próprios documentos, comentários, e a publicá-los automaticamente na rede, sem a necessidade de grandes conhecimentos de programação [*html*] ou tecnologias sofisticadas de informática. Como explica Aguiar (2012, p. 46):

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

Como mencionamos, a *Web 2.0* é também conhecida como a "*Web social*", devido às possibilidades de trabalho coletivo. O'Reilly, criador desse termo, acredita que essa plataforma tecnológica representa um meio de utilização da rede globalizada de forma colaborativa, onde a informação e o conhecimento são compartilhados de forma coletiva, descentralizada de autoridade e com liberdade para utilizar e reeditar. Para Primo (2007, p. 3), na "primeira geração da *Web*, os *sites* eram trabalhados como unidades isoladas, passa-se agora para uma estrutura integrada de funcionalidades e conteúdo".

Pode-se dizer, então, que a *Web 2.0* diferencia-se da *Web 1.0* principalmente porque a primeira proporciona ferramentas que tornam mais fácil a disponibilização de informações, a interação, colaboração e socialização na rede.

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

## **2.2 As mídias sociais auxiliando os profissionais da informação**

Os *blogs* e as demais mídias sociais estudadas na nossa pesquisa, [*Twitter* e *Facebook*] são ferramentas digitais envolvidas dentro do ciberespaço, que para Lemos (2007, p. 79) são: "[...] estrutura comunicativa de livre circulação de mensagens, agora não mais editada por um centro, mas disseminada de forma transversal e vertical, aleatória e associativa", na qual as pessoas passam a receber informações de

forma multidirecional, coletivamente e ao mesmo tempo personalizadas, pelo fato dos indivíduos criarem perfis dentro das mídias sociais sejam eles reais (se identificando como realmente são) ou fictícios.

Segundo Lima Junior (2009, p. 97):

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

Facilitando assim, que os profissionais da informação possam interagir com outros atores em um espaço de compartilhamento de experiências, ideias, colaboração e crescimento mútuo.

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

A produção, uso e disseminação da informação, em diversos formatos digitais, provocaram mudanças na área da Ciência da Informação e impactos na maneira de pesquisadores e profissionais utilizar esses ambientes. Cardoso (2007, p. 111) complementa que:

As novas mídias, são mídias por serem mediadoras da comunicação e introduzirem novidades porque incorporam novas dimensões tecnológicas, combinam em uma mesma plataforma tecnológica dimensões de comunicação interpessoal e meios de comunicação de massa, porque são indutores de mudança organizacional e de novas formas de gestão do tempo, porque procuram a síntese da retórica textual e visual, promovendo novas audiências e ferramentas de reconstrução social.

Fundamentando a importância das mídias sociais como fontes de informação para os profissionais da informação, as autoras Alcará e Curty (2009, p. 82) afirmam que “[...] os *blogs* evoluíram para a condição de fonte de informação, pois deixaram de ser considerados de forma restritiva como meros diários pessoais, para assumir uma nova função informativa”. Tornando-se assim um meio capaz de disseminar

informação e conhecimento, que aliado às mídias sociais do *Facebook* e *Twitter*, são capazes de auxiliar na transmissão e no alcance de um número maior de usuários.

Na atualidade, o uso da mídia social *Facebook* está presente no cotidiano da maioria da população, não só brasileira como mundial. Santarém Segundo (2011, p. 101) descreve que “[...] o *Facebook* é uma ferramenta que acomoda a rede social [na *Internet*] mais popular do mundo, com mais de quinhentos milhões de usuários ativos, ancorada em uma missão de dar às pessoas o poder de partilhar e tornar o mundo mais aberto e conectado”.

A mídia social do *Twitter* possui um formato diferenciado do que pode ser observado no *Facebook*, e ganhou prestígio entre os usuários por facilitar a disseminação da informação em frases curtas e de longo alcance. Esta mídia é vista pelas autoras Santaella e Lemos (2010, p. 65) como uma mídia social que possibilita o entrelaçamento de fluxos informacionais e serve “[...] como um meio multidirecional de captação de informações personalizadas; um veículo de difusão contínua de ideias; um espaço colaborativo”.

Face ao exposto, as mídias sociais do *Facebook* e *Twitter* De olho na CI tornam-se relevantes para a pesquisa, pois permitem a apropriação da informação para a sociabilidade e a interação com diversos atores, elementos imprescindíveis para a capacitação de pesquisadores e profissionais da informação.

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A escolha metodológica da pesquisa pauta-se pelo interesse em ampliar o entendimento sobre o conceito de mídias sociais do ponto de vista da Ciência da Informação, como ferramentas de disseminação da informação na perspectiva de fontes de informação de interesses aos profissionais da informação. A pesquisa possui caráter descritivo e os resultados parciais demonstrados neste artigo revelam os dados quantitativos da investigação. O universo em estudo corresponde aos atores sociais participantes das mídias sociais De olho na CI, suas interações e correlações dentro dessas mídias.

Os instrumentos de coleta de dados utilizados foram métodos da etnografia virtual, a observação participante e o diário de campo onde são sistematizadas as



experiências para posteriormente serem analisados os resultados da pesquisa. As autoras Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 173) afirmam que:

A etnografia virtual contribui para a compreensão do papel e a complexidade da comunicação mediada por computador e das TICs [...] se dá no/de e através do *on-line* e nunca está desvinculada do *off-line*, acontecendo através da imersão e engajamento intermitente do pesquisador com o próprio meio.

Os *blogs*, em seus mais variados formatos e gêneros, são ferramentas ricas para estudos empíricos ao serem analisados a partir de perspectivas netnográficas, (também chamada de etnografia virtual), pois, trata-se de um método de pesquisa em que se procura um maior grau de proximidade entre o pesquisador e seu objeto de estudo (Amaral, Natal e Viana, 2008). A análise dos dados é feita com base nas anotações relatadas no diário de campo e na observação realizada mediante as visitas virtuais. Utiliza-se a análise documental ligada ao contexto da pesquisa na *Internet*, melhor explicado por Flick (2009, p. 249):

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

Para uma melhor análise das mídias sociais utilizamos como ferramentas de monitoramento e métricas gratuitas, *Klout* e *Google Analytics*, que fornecem dados estatísticos e acompanhamentos das interações existentes nas mídias sociais, tanto da *Facebook* como *Twitter*. O processo de escolha dessas ferramentas se deu a partir de pesquisas realizadas na *Internet*, na qual dentre quinze ferramentas encontradas (pagas e gratuitas) elegemos estas por serem de livre acesso e por contemplarem o maior número de recursos disponíveis para análise.

O *blog* De olho na CI encontra-se disponível dentro da plataforma *Webnode* especializado em construção de *websites* e *blogs*, funcionando à base de *drag-and-drop*, o chamado arraste e largue. A plataforma disponibiliza dados estatísticos que nos permitem acompanhar os acessos e os números de visitantes em nossa página. Os resultados parciais, mostrados na próxima seção, refletem a análise dos dados

coletados a partir das ferramentas de métricas e monitoramentos detalhados anteriormente.

#### 4. RESULTADOS PARCIAIS

De acordo com os dados levantados até o momento, podemos observar que tanto o *blog*, como o *Twitter* e o *Facebook* estão em crescente ascensão, e os profissionais da informação já os consideram como reais fontes de informação para geração de competências profissionais. A partir das ferramentas disponibilizadas tanto pela plataforma *Webnode*, *Klout* ou *Google Analytics*, foi possível observar a evolução desses números durante a análise dos dados.

Na figura 1, a seguir, os dados acompanham a frequência de usuários por mês que visitam o *blog*. Visitas essas que chegam a uma média de mais de três mil mensais. As ferramentas de métricas disponibilizadas pelo *blog* nos mostram que ele possui um número de visitantes que retornam à página periodicamente, que o acompanham mensalmente e o utilizam como fonte de informação na *Web*, pois a variação de visitantes únicos é relativamente pequena durante os meses da pesquisa.

**Figura 1** – Visitantes únicos<sup>1</sup>

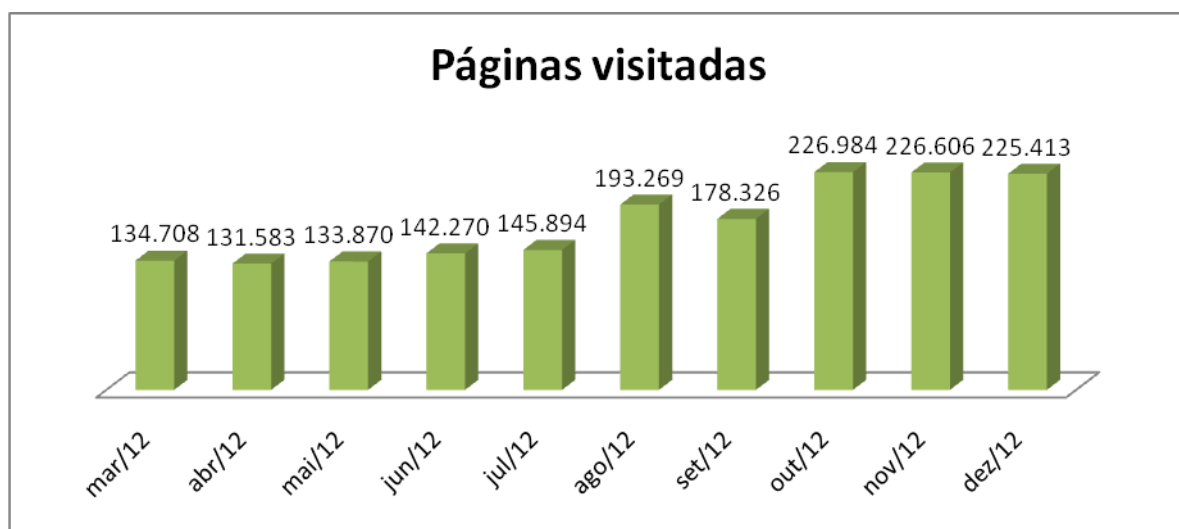


**Fonte:** Dados da pesquisa, 2013.

<sup>1</sup> Entendendo-se aqui os visitantes únicos como sendo cada usuário (reconhecido pelo IP do computador) no *blog* De olho na CI.

Acompanhando o crescimento do *blog* podemos observar o número de páginas visitadas e sua repercussão.

**Figura 2 – Número de páginas visitadas**



**Fonte:** Dados da pesquisa, 2013.

Este gráfico nos permite acompanhar o quantitativo de páginas visitadas nos últimos 10 meses (março a dezembro de 2012), através de dados coletados pelo *Webnode*, no qual cada vez mais o número de visitas aumentou se comparados o primeiro mês ao último da pesquisa. Os visitantes acessam mais vezes o *blog* e diferentes seções. Já os dados obtidos através do *Google Analytics*<sup>2</sup>, do número de visitantes que estiveram no *blog* de junho a dezembro, 74,85% são de visitantes novos e os demais, 25,15%, são dos que retornaram, totalizando cerca de 18.398 visitas. Durante o acompanhamento desta ferramenta, observou-se que o quantitativo de retorno ainda está abaixo do desejado.

Outra tecnologia que disponibilizou dados para nossa pesquisa chama-se *ClustrMaps*. Fica registrada nessa tecnologia a localização dos nossos leitores (em pontos vermelhos), além de contabilizar os acessos e fornecer a localização (no Brasil, e diversos países no mundo) dos leitores que acessam a página inicial, como pode ser visto no mapa a seguir:

<sup>2</sup> <http://www.google.com/analytics/>. Ferramenta incorporada ao *blog* desde 17 de junho de 2012.

**Figura 3** – Localização dos leitores no *ClustrMaps*



**Fonte:** [www4.clustrmaps.com/pt/counter/maps.php?url=http://www.deolhonaci.com](http://www4.clustrmaps.com/pt/counter/maps.php?url=http://www.deolhonaci.com), 2013.

Através dos dados fornecidos por esta tecnologia, observamos que, no Brasil, o maior número de visitas<sup>3</sup> no *blog*, durante o período coletado, está concentrado nos estados da Paraíba (2.908), São Paulo (1.607), Rio de Janeiro (1.061), Minas Gerais (943), Ceará (544) e Pernambuco (500). Países tais como Estados Unidos (275), República Checa (142), Espanha (100), Portugal (76) e França (20) também marcaram presença com suas visitas, no endereço De olho na CI, (<http://www.deolhonaci.com>).

A partir dos dados disponibilizados pelo *Facebook*, a presença internacional pôde ser comprovada, a partir do número de pessoas que viram os conteúdos da página dividido por país. Isso é feito com base no local de domicílio do usuário. Foram: 18.887 no Brasil, 109 nos Estados Unidos, 50 de Portugal, 41 da Espanha, 33 da Alemanha, 28 do México e 27 do Reino Unido.

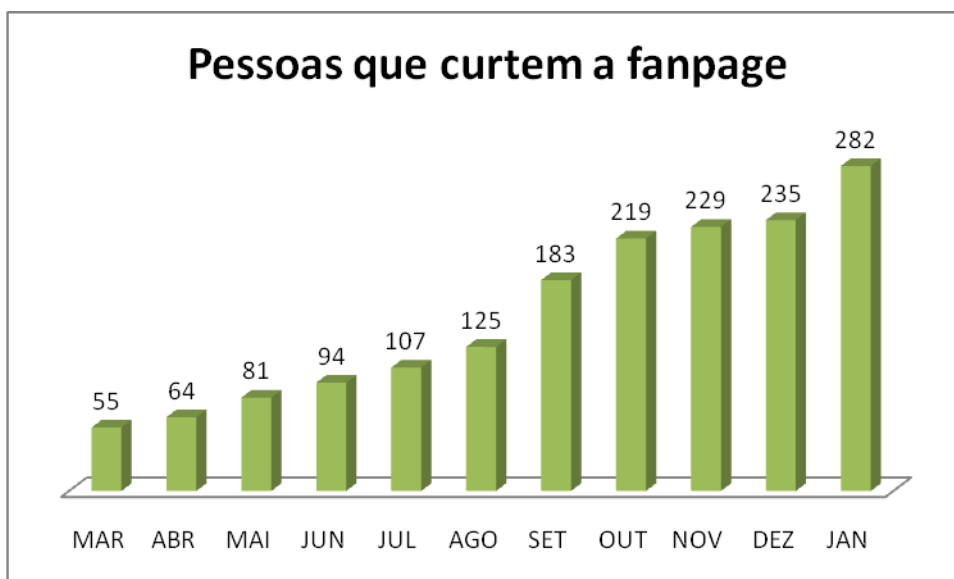
Com o crescimento acelerado do *blog*, sentimos necessidade de criar as mídias do *Facebook* e *Twitter* para serem instrumentos complementares e facilitadores na disseminação de informação para os profissionais da informação. Associamos a estas mídias, ferramentas de busca de dados que pudessem trazer subsídios para nossa pesquisa.

---

<sup>3</sup> A localização de cada visita é baseada no endereço IP do computador usado, sendo um endereço IP por visita em um período de 24 horas.

A ferramenta do *Facebook* nos revela números que também acompanham essa evolução. Os dados fornecidos pelo *Facebook* mostram que em outubro de 2012, 219 pessoas curtiam a *fanpage* De olho na CI, em novembro o número cresceu para 229 e no último dia 17 de janeiro de 2013, a *fanpage* contava com 282 pessoas acompanhando a página. Os dados revelam, ainda, que as publicações alcançaram cerca de 106.226 amigas(os) de pessoas que curtem a nossa página, como pode ser observado na figura 4, a seguir:

**Figura 4 – Número de pessoas que curtem a *fanpage***



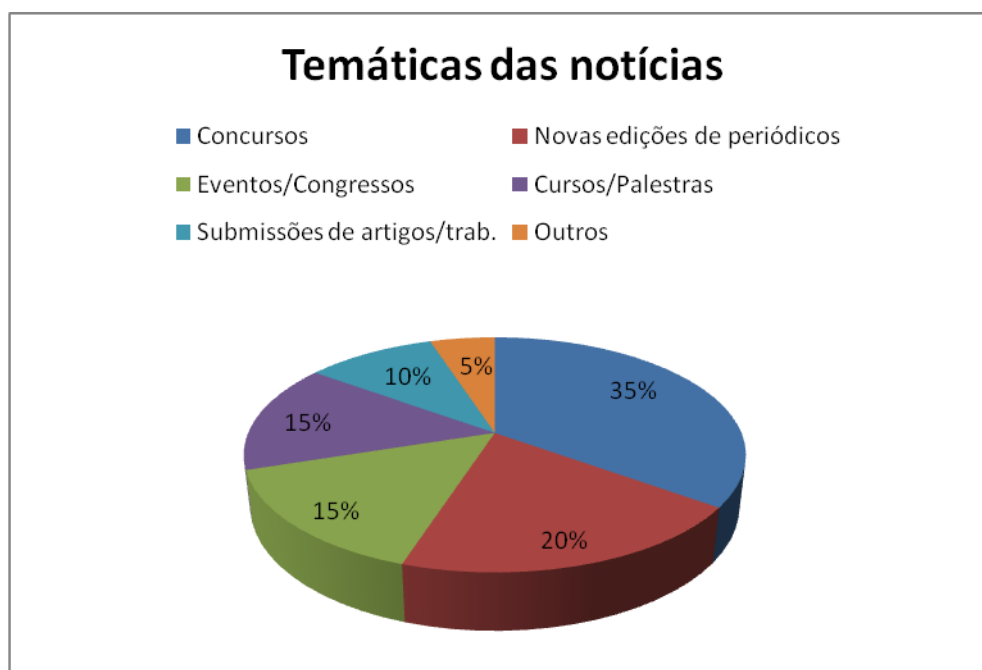
**Fonte:** Dados da pesquisa, 2013.

Na figura, podemos observar a evolução do *Facebook* De olho na CI desde a sua criação. O crescimento de pessoas únicas que curtem a página pode ser acompanhado de forma acelerada. Houve um crescimento de mais de 120% no período analisado. Semanalmente, cerca de 37 pessoas comentam, curtem ou compartilham as notícias publicadas na *fanpage*, demonstrando o crescente alcance de usuários que visualizam e compartilham nossas postagens.

Assim como os dados anteriormente analisados, os números da mídia social do *Twitter* demonstram que em abril de 2012 constavam 373 seguidores, um mês depois, o número aumentou para 387 seguidores, e atualmente possui 548 seguidores, com uma média 11 *retweets* por semana, de acordo com a ferramenta *Klout*. Os

dados analisados revelaram também as notícias mais acessadas e onde há mais interações (compartilhamentos e pessoas curtindo) entre os usuários. São elas:

**Figura 5 – Temáticas das notícias mais acessadas**



**Fonte:** Dados da pesquisa, 2013.

A figura acima exibe as notícias mais acessadas e mostra que há mais interações entre os usuários e a *fanpage* e entre os profissionais da informação. Notícias sobre abertura de editais em concursos públicos na área estão no topo das publicações mais compartilhadas e curtidas do *Facebook*. De olho na CI, cerca de 35%, seguindo-se os lançamentos de novas edições de revistas científicas, com 20%. “Eventos e congressos científicos” juntamente com “cursos e palestras” totalizam 15% cada, “submissões de artigos e trabalhos científicos” ocupam cerca de 10% das notícias mais acessadas, e “outras notícias” ocupam os demais 5% nesta escala, como exemplo: resultados de sorteios, novas ferramentas de pesquisas, entre outras.

Portanto, podemos verificar que os profissionais da informação estão cada vez mais buscando nas mídias sociais De olho na CI, as fontes de informação que os auxiliem em seu crescimento intelectual e profissional. Nesse sentido, a partir dos

dados estatísticos coletados nesta etapa da pesquisa, observou-se que as mídias De olho na CI estão contribuindo para a formação de competências profissionais nos atores da sua rede social, na medida em que promovem a interação e o compartilhamento de informação e conhecimento entre eles, atuando como ferramentas capazes de transmitir informação e conhecimento no ciberespaço.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

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

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

A pesquisa mostrou, a partir das primeiras informações, que se pode comprovar o crescimento do *blog* De olho na CI dentro da rede *Internet* e entre os profissionais da informação, crescimento que se estende a outras mídias sociais De olho na CI, *Twitter* e *Facebook*. Os dados revelam o aumento no acesso às páginas, principalmente nas seções “Notícias e Ensaios”, e o retorno do público-leitor em busca de novas informações, sejam elas cursos, congressos, eventos, lançamentos de livros, novas edições de revistas científicas, entre outros.

Por ser uma pesquisa em andamento, mostramos apenas resultados preliminares e dados descritivo-quantitativos. A análise final virá juntamente com a publicação da dissertação.

Para tanto, concluímos que, após dois anos de sua criação, o De olho na CI já ultrapassou a marca de 107.000 visitas. Em agosto de 2011 comemoramos o marco de 3 mil visitantes únicos e agora já contabilizamos mais de 14 mil, demonstrando o crescimento do *blog*, o que faz aumentar o nosso estímulo para novos pro-

jetos de compartilhamento da informação na *Web*, de modo a atender ao nosso público-leitor: os pesquisadores e profissionais da informação.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, G. A. de. **Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias**: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP. 184f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.
- ALCARÁ, A. R.; CURTY, R. G. Blogs: dos diários egocentristas aos espaços de comunicação científica. In: TOMAÉL, M. I. (Org.). **Fontes de Informação na internet**. Londrina: Eduel, 2009.
- AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Comunicação Cibernética**, n. 20, Porto Alegre, 2008.
- ASSMANN, H. A metamorfose do aprender na sociedade da informação. **Ciência da Informação**, v. 29, n. 2, mai/ago., 2000.
- BEZERRA, L. T. S. **Cultura acadêmica e tecnologias intelectuais digitais**: ensinar e aprender com blogs educativos no ensino superior. 2011. 257f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2011.
- CIVALLERO, E. Cuadernos de bitácoras: los weblogs como herramientas de trabajo de las bibliotecas [em linha]. [S.l.]: **E-LIS**, 2006. Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/archive/00006747/01/Weblog.pdf>>. Acesso em: 12 de set. 2012.
- CARDOSO, G. **A mídia na sociedade em rede**: filtro, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: FGV, 2007. 528 p.
- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Salinas, 2011.
- FREIRE, I. M.; FREIRE, G. H. de A. **Introdução à ciência da informação**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2010.
- FLICK, U. A pesquisa qualitativa online: a utilização da *Internet*. In: \_\_\_\_\_. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- LE MOS, A. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- LIMA JUNIOR, W. T. Mídia social conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital. **Líbero**, São Paulo, v. 12, n. 24, p. 95-106, dez. 2009.



O'REILLY, T. **What Is Web 2.0** - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. O'Reilly Publishing, 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 31 de jul. 2012.

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

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

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

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

WERSIG, G.; NEVELING, U. The phenomena of interest to Information Science. **The information scientist**, v. 9, n. 4, p.127-140, 1975.