

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
BIBLIOTECONOMIA**

ESTELA FERNANDA PEREIRA DOS SANTOS

**FACEBOOK: aceitação tecnológica e disseminação de informação
acadêmica**

**JOÃO PESSOA
2012**

ESTELA FERNANDA PEREIRA DOS SANTOS

**FACEBOOK: aceitação tecnológica e disseminação de informação
acadêmica**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Federal da
Paraíba como requisito para obtenção do
grau de bacharelado em Biblioteconomia

Orientadora: Prof^ª. Ms. Patrícia Silva

JOÃO PESSOA

2012

S553f

Santos, Estela Fernanda Pereira dos.
Facebook: Aceitação tecnológica e disseminação de
informações. / Estela Fernanda Pereira dos Santos. - - João Pessoa:
[s.n.], 2012.
82 f.

Orientadora: Patrícia Maria da Silva.

Monografia (Graduação) – UFPB/CCSA.

1. Redes sociais. 2. Modelo de aceitação tecnológica. 3.
Facebook.

BS/CCSA/UFPB

CDU: 616.314-053.2(043.2)

ESTELA FERNANDA PEREIRA DOS SANTOS

**FACEBOOK: Aceitação Tecnológica e disseminação de informação
acadêmica**

Trabalho de conclusão de curso de
apresentado ao curso de Biblioteconomia
da Universidade Federal da Paraíba como
requisito para obtenção de grau
bacharelado em Biblioteconomia.

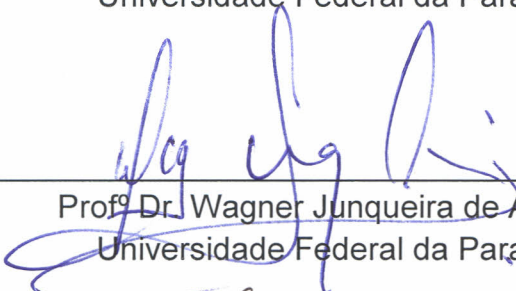
**Orientadora: Prof.^a Ma. Patrícia Maria
da Silva**

Aprovada em: 10 de novembro de 2012.

BANCA EXAMINADORA



Profª Ma. Patrícia Maria da Silva. (Orientadora)
Universidade Federal da Paraíba



Profª Dr. Wagner Junqueira de Araújo.
Universidade Federal da Paraíba



Profª Dra. Gisele Rocha Cortês.
Universidade Federal da Paraíba

*Dedico este trabalho a todos os Amigos do peito,
colegas de sala e professores que, de alguma forma,
auxiliaram para sua conclusão e na minha entrada
nessa nova etapa da vida.*

AGRADECIMENTOS

Eu e meus companheiros de sala no primeiro dia de aula em junho de 2007, perdidos sem saber em qual sala seria a tão esperada aula de Sociologia, decidimos esperar o professor na pracinha próximo à sala. Nesse momento, do meu lado se sentou uma moça que havia acabado de se formar e iniciou uma conversa comigo e com um colega que sentava ao meu lado. Iniciada a conversa, ela me conta que naquele momento estava terminando de montar seu escritório de contabilidade e se encontrava muito feliz. Então, em certo momento, antes de nos deslocarmos daquele espaço, ela me alertou que aproveitasse cada momento que viria pela frente. E continuou dizendo que apesar dos momentos desagradáveis no qual poderia viver ali, nada seria inútil, absolutamente tudo serviria apenas para o meu engrandecimento.

Dessa maneira, entrei no curso de Biblioteconomia com um intuito a mais: o de viver e aproveitar de todas as formas minha passagem pela universidade. Conto essa história para que entendam que todos aqueles que passaram ou continuam em minha vida ao longo desses cinco anos de curso, fazem parte do desenvolvimento dessa história. E a essas pessoas eu presto meus agradecimentos.

Aos meus queridos amigos e companheiros Edilson, Dayana (loira) e Ediene, que sempre estiveram dispostos a me ajudar em diversas ocasiões. Obrigado! Os levarei para sempre no meu coração.

A minha querida amiga Helloyse, um obrigado especial por estar comigo nessa jornada final e por outros momentos em que um amigo de verdade sempre faz a diferença.

As minhas queridas amigas Priscilla, Ana Paula e Márcia Maria por todo o apoio que somente elas sabem dar.

Aos queridos professores que fizeram parte do meu caminho até aqui. Obrigado por compartilhar seus conhecimentos e nos mostrar a direção certa a seguir, verdadeiros mestres: Luciana, Jemima, Marcio, Wagner, Amorim, Alzira Karla, Denise, Toni, Irma, Alba Ligia, Fabiana, Francisca, Isa, Gustavo e todos os outros professores do Departamento que de alguma forma contribuíram para finalização desse trabalho.

As queridas Robéria, Fabíola, Niele, Canmery, Jane, Ivonete, pela companhia e por muitos momentos divertidos.

A Edcleyton Bruno, que além de ter sido um ótimo colega de sala, me fez conhecer pessoas maravilhosas, ao me indicar para a experiência enriquecedora que foi o meu primeiro estágio. Aos amigos lindos: Marilene, Zé Neto, Rogério, Ednilson, Rosana e Sergio um obrigado por proporcionar momentos ímpares em minha vida.

Agradeço a Clemente, Nilda, Giulianne, Adriana por virem sempre de encontro aos anseios e necessidades do meu coração com amizade e companheirismo. Com isso, garantiram um lugar especial entre as pessoas que sempre quero ter por perto.

A meu Pai Fernando, minha irmã Lydia, minha sogra Wanderleia e minha cunhada Istephany por todo o apoio.

A John, meu namorado, por ser e estar.

A minha orientadora Patrícia Silva pela paciência e bom senso, obrigado por fazer parte dessa etapa.

Aos que passaram por minha vida e o tempo cuidou de nos distanciar, um obrigado por me fazer saber do que as algumas pessoas são ou não capazes, demonstrando que embora algumas coisas sejam efêmeras, elas podem nos fortalecer para toda a vida.

Obrigado a Deus por me manter viva e com saúde, possibilitando-me viver esses cinco anos repleto de ensinamentos, bons colegas, ótimos amigos, professores companheiros e competentes. A soma de tudo isso desenvolveu experiências inesquecíveis a minha pessoa.

“A nova fonte de poder não é o dinheiro nas mãos de poucos, mas a informação nas mãos de muitos”.

John Naisbit.

RESUMO

O surgimento da Internet revolucionou o mundo da comunicação, a inserção de informações que estão sendo disponibilizadas na *Web* facilita a disseminação em massa, assim qualquer usuário conectado a *Web* tem acesso a todo tipo de informações e plena liberdade de disseminá-las, além de ter a opção de expressar seu ponto de vista a cerca delas. A disseminação de informações via Internet foi se tornando cada vez mais possível, graças aos avanços da rede e, conseqüentemente, pelo desenvolvimento de novas ferramentas, como por exemplo: as redes sociais, sendo através dessas, que a interação entre usuários e o compartilhamento de informações ganhou força, utilizadas como principal ferramenta para disseminação de informação. Esta pesquisa caracteriza-se como pesquisa exploratória e descritiva, com coleta de dados realizada por meio de aplicação de questionário. Observamos que os respondentes são predominantemente do sexo feminino e estão na faixa etária entre os 21 e 29 anos, o acesso à rede Facebook se dá em sua grande maioria em casa e que o tempo médio conectado é de 1 a 5 horas por semana. Que além do Facebook utilizam-se de outras redes sociais e dentre essas o *Orkut*. No que diz respeito ao primeiro contato com a rede social, a indicação de amigos, seja por solicitação ou por esses amigos já se encontrarem conectados ao Facebook, se mostra como uma influência externa muito grande. Com relação à utilidade percebida da ferramenta, no que diz respeito às atividades acadêmicas, alguns entrevistados se colocaram adverso com o comportamento de utilizar o Facebook no que diz respeito a melhorar o seu desempenho no estudo e/ou trabalho. Observamos que existe a facilidade de uso percebida, mostrando um total conhecimento sobre a ferramenta, de modo que não há a necessidade de treinamentos, tutoriais ou maiores habilidades para a sua utilização, reduzindo, portanto, o esforço para a compreensão e utilização. Ao compartilhar no Facebook, nossa amostra pesquisada nos informa que, entretenimento e assuntos pessoais ainda estão no *ranking* dos assuntos mais disseminados e as informações acadêmicas se apresentam ainda incipientes. Acreditamos que outras redes sociais, para fins acadêmicos, estejam cumprindo tal papel na Internet, contudo já visualizamos no Facebook uma direção nesse sentido, pois estão surgindo diariamente perfis de eventos científicos, de estudos dirigidos a determinadas áreas do conhecimento, de revistas, disseminando informações acadêmicas. Cabe aos usuários do Facebook, de forma geral, fazer com que essas informações sejam compartilhadas e assim disseminadas.

Palavras-chave: Rede Social. Facebook. Disseminação da Informação. Modelo de Aceitação Tecnológica.

ABSTRACT

The emergence of the Internet has revolutionized the world of communication, the inclusion of information being made available on the Web facilitating the dissemination in mass, so any user connected to the Web has access to all kinds of information and full freedom to disseminate them, in addition to the option to express your point of view about them. The dissemination of information through the Internet is becoming more and more possible, because of to advances in network and therefore the development of new tools, such as: social networks, and through these, the interaction between users and information sharing gained strength, used as the main tool for information dissemination. This research is characterized as exploratory and descriptive research, with data collection performed by a questionnaire application. We found that the respondents were predominantly female and are aged between 21 and 29 years, network access Facebook happens mostly at home and that the average time is logged 1-5 hours a week. Besides using Facebook to other social networks such as Orkut. With respect to the first contact with the social network, an indication of friends, either by request or by these friends are already connected to Facebook, it shows how great an external influence. When asked about the perceived usefulness of the tool with respect to academic activities, some respondents placed themselves with adverse behavior using Facebook to improve its performance in the study and / or work. We note that there is the easiness of use, showing a total knowledge of the tool, so that there is not a need for training, tutorials or greater abilities for their use, thereby reducing the effort to understand and use it. When sharing on Facebook, informs that those surveyed, entertainment and personal affairs are still in the ranking of the most disseminated and academic information still incipient. We believe that other social networks, for scholarly purposes, are complying that role on the Internet, but now on Facebook visualize a direction in this regard, as are emerging daily profiles of scientific events, studies directed at specific areas of knowledge and journals, disseminating information academic. So Facebook users, in general, do with that information is shared and so disseminated.

Keywords: Social Network. Facebook. Information dissemination. Technology Acceptance Model.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Total de visitantes no Facebook e Orkut no Brasil.....	40
GRÁFICO 2 – Gênero.....	58
GRÁFICO 3 – Idade.....	58
GRÁFICO 4 – Principal acesso ao Facebook.....	59
GRÁFICO 5 – Horas semanais de conexão ao Facebook.....	60
GRÁFICO 6 – Utilização de outras redes sociais.....	60
GRÁFICO 7 – Outras redes utilizadas.....	61
GRÁFICO 8 – Perfil do Facebook feito por indicação de amigos.....	61
GRÁFICO 9 – Perfil do Facebook feito por conter grande parte do meio social utilizar	62
GRÁFICO 10 – Perfil do Facebook não atualizado com frequência.....	62
GRÁFICO 11 – Perfil do Facebook sem acesso.....	63
GRÁFICO 12 – Confusão no momento de uso do Facebook.....	64
GRÁFICO 13 – O Facebook possui um visual atraente.....	64
GRÁFICO 14 – Preferência por uma das interfaces antigas do Facebook.....	65
GRÁFICO 15 – Padronização atual do Facebook.....	65
GRÁFICO 16 – Fácil acesso as mudanças de configurações do Facebook.....	66
GRÁFICO 17 – Preferência pelo visual de outras redes.....	66
GRÁFICO 18 – Facebook útil para atividades acadêmicas.....	67
GRÁFICO 19 – Facebook atrapalha estudos e/ou trabalho.....	67
GRÁFICO 20 – Facebook útil para disseminar qualquer tipo de informação.....	68
GRÁFICO 21 – Facebook útil porque os aproximam pessoas distantes.....	68
GRÁFICO 22 – Facebook útil para trabalho e/ou estudo.....	69
GRÁFICO 23 – Perfil no Facebook construído pela facilidade.....	69
GRÁFICO 24 – Usar o Facebook é uma boa idéia.....	70
GRÁFICO 25 – Facilidade em pesquisar publicações e informações pelo Facebook	70
GRÁFICO 26 – Facebook facilita a vida sua social.....	71
GRÁFICO 27 – Aprender a usar o Facebook foi fácil.....	71
GRÁFICO 28 – Informações compartilhadas no Facebook.....	72

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Primeira conexão entre as universidades em 1969.....	19
Figura 2 – Conexão a internet na última década.....	21
Figura 3 – Usuário como peça chave.....	23
Figura 4 – Ligações entre pessoas.....	24
Figura 5 – Rede de compartilhamento.....	29
Figura 6 – Layout de entrada em 1997.....	30
Figura 7 – Layout do bate-papo em 1997.....	30
Figura 8 – Layout de entrada em 2012.....	31
Figura 9 – Layout do bate-papo em 2011.....	31
Figura 10 – layout de login do sixdegrees.....	31
Figura 11 – Interface Friendster em 2010.....	32
Figura 12 – Interface Friendster em 2012.....	32
Figura 13 – logotipo do myspace em 2003.....	33
Figura 14 – Logotipo do myspace inaugurado em 2010 e usado até o ano corrente	33
Figura 15 – Login do Myspace em 2003.	33
Figura 16 – Login e perfil de usuario do Myspace em 2012.....	33
Figura 17 – Logotipo do LinkedIn desde o lançamento até o ano corrente.....	34
Figura 18 – Pós tela de login em 2003.....	34
Figura 19 – Login do Orkut em 2004.....	35
Figura 20 – Login do Orkut em 2012.....	35
Figura 21 – Login do Twitter na inauguração em 2006.....	36
Figura 22 – Login do Twitter em 2007.....	36
Figura 23 – Login do Twitter em 2010.....	36
Figura 24 – Login do Twitter em 2011.....	36
Figura 25 – Login do Twitter em 2012.....	37
Figura 26 – Pagina de perfil do Google + em 2011.....	37
Figura 27 – Pagina de perfil do Google + em 2012.....	38
Figura 28 – Facebook passa a suportar mais de 800 redes de faculdade.....	41
Figura 29 – Facebook expande registro para que qualquer pessoa possa participar	42
Figura 30 – Facebook atinge 58 milhões de usuários.....	42
Figura 31 – O Facebook lança nova interface em julho 2008.....	43

Figura 32 – Lançamento de nova interface Dezembro 2010.....	44
Figura 33 – Linha de tempo 2011.....	44
Figura 34 – Lançamento de apps Timeline.....	45
Figura 35 – Interface de entrada do Facebook em 2012.....	46

LISTA DE SIGLAS

ARPA	Advanced Research Agency
ARPANET	Advanced Research Projects Agency Network
ARS	Análise de Redes Sociais
ICQ	Acrônimo feito com base na pronúncia das letras em inglês (I Seek You)
IPTO	Information Processing Techniques Office
MILNET	Military Network
TAM	Technology Acceptance Model
UFPB	Universidade Federal da Paraíba

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 OBJETIVOS	17
3 INTERNET E WEB 2.0	18
3.1 As redes sociais	23
3.2 O estudo das redes sociais.....	26
3.3 As redes sociais virtuais.....	27
3.3.1 Evolução das redes sociais.....	30
4 FACEBOOK	39
5 DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO E FACEBOOK	47
6 METODOLOGIA	51
7 MODELOS DE ACEITAÇÃO TECNOLÓGICA	54
8 ANÁLISE DOS DADOS	57
9 CONCLUSÃO	73
REFERÊNCIAS	75
APÊNDICE	79

1 INTRODUÇÃO

O surgimento da Internet revolucionou o mundo da comunicação, pessoas em lados opostos do planeta agora podem se conectar e relacionar-se em tempo real, sem nunca terem se visto pessoalmente. Quando olhamos através do aspecto informacional, a evolução é tão assustadora quanto fascinante. A disponibilidade de informações que foram e ainda estão sendo inseridas na *Web* facilitou sua busca e posteriormente a disseminação dessas informações. Assim qualquer usuário conectado a *Web* tem acesso a todo tipo de informação e plena liberdade de disseminá-las, além de ter a opção de expressar seu ponto de vista a cerca delas.

Essa disseminação de informação em massa via internet foi se tornando cada vez mais possível graças aos avanços da internet e, conseqüentemente, desenvolveu novas ferramentas disponíveis para essa disseminação. Na primeira fase da Internet a disseminação de informações era efetuada apenas através dos sites e não havia interação direta entre os usuários além do e-mail. A partir do ano de 2004 com o advento da Web 2.0, surgiram ferramentas eficazes para disseminação de informações como *blogs*, *microblogs* e as redes sociais. Através das redes sociais, a interação entre usuários e o compartilhamento de informações ganhou força.

Desde quando surgiram as primeiras redes sociais, em 1997, foram utilizadas como principal ferramenta para disseminação de informação. Hoje redes como MySpace, Orkut, Badoo, Twitter, Facebook, e redes específicas como Youtube, Flickr, e LinkedIn são conhecidas por oferecer gratuitamente um perfil onde o usuário possa compartilhar status, vídeos, fotos, notícias, músicas, mensagens, artigos, experiências profissionais e outros.

A rede social Facebook, hoje, apresenta-se como a rede social virtual mais utilizada, com mais de 1 bilhão de usuários ativos em todo mundo, e ainda em crescimento. Além dos usuários comuns, as pessoas físicas, o Facebook também é uma das primeiras redes sociais a ter páginas oficiais de empresas de todos os seguimentos. Isso o torna não apenas um meio de comunicação importante, mas uma ferramenta eficiente para disseminação de informações. Apesar da existência de uma rede especial para interações acadêmicas, como o LinkedIn por exemplo, questionamos se a rede Facebook é utilizada para disseminação desse tipo de informação e analisar o grau de aceitação tecnológica da mesma.

A estrutura do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) está assim delimitada:

No tópico 1, a introdução, traçamos um breve panorama da pesquisa, a partir de considerações iniciais sobre o estudo. No tópico seguinte, capítulo 2, mostrou-se o objetivo geral e os objetivos específicos que nortearam o trabalho. Nos capítulos 3, 4 e 5 adentramos na fundamentação teórica da pesquisa e pontuamos os seguintes temas:

- Internet e Web 2.0 – contamos quando surgiram as primeiras conexões e como essas conexões se tornaram a Internet que conhecemos hoje. Além disso, utilizamos os conceitos de Musser e O'Reillt (2006), Gruyer (2009), e Mendes (2006) para definir o que é a Web 2.0, termo que introduziu a nova forma como os usuários acessam a Internet, Nesta mesma seção veremos o que são as redes sociais, como surgiram, e porque as redes sociais virtuais ganharam o mundo desde seu surgimento.
- Facebook – Nesta parte apresentamos a história do Facebook e como essa rede social se tornou popular entre os usuários da Internet.
- Disseminação da informação e Facebook – Exploramos a respeito da disseminação de informações, apresentando conceitos que definem os princípios da disseminação e seus suportes, atribuindo o compartilhamento de informações via Facebook a uma forma de disseminação.

Tratamos a metodologia no capítulo 6 indicando os caminhos percorridos para se chegar aos objetivos estabelecidos na pesquisa, ainda como método e pontuado no capítulo 7, utilizamos o Modelo de Aceitação Tecnológica (TAM), que nos auxiliou no formato das questões acerca da aceitação tecnológica com relação ao Facebook. Nos capítulos 8 e 9, analisamos os dados obtidos a partir dos questionários aplicados aos estudantes do curso de Biblioteconomia, e construímos as considerações finais da pesquisa, respectivamente.

2 OBJETIVOS

Objetivo geral

Analisar o grau de aceitação tecnológica e a disseminação de informação acadêmica no Facebook pelos alunos do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal da Paraíba.

Objetivos específicos

- Conhecer a rede social Facebook;
- Identificar os fatores que influenciam o uso do Facebook a partir do Modelo de Aceitação Tecnológica (TAM);
- Verificar se as informações acadêmicas são disseminadas no Facebook.

3 INTERNET E WEB 2.0

Os primeiros sinais do que seria conhecido como Internet nos dias de hoje, surgiu nos anos 60 e servia primordialmente para troca e codificação de informações militares no tempo da guerra fria. Com medo de ataques inerentes da antiga República da União Soviética, os Estados Unidos da América criaram uma rede chamada *Advanced Research Projects Agency Network* (ARPANET), que mantinha comunicação entre as bases militares.

A ARPANET mantida pela *Advanced Research Agency* (ARPA) foi desenvolvida por Robert Taylor e Larry Roberts na tentativa de construir um sistema de rede. Para originar a transição de dados codificados em uma rede de computadores interligados, Castells (2003, p. 14) explica que:

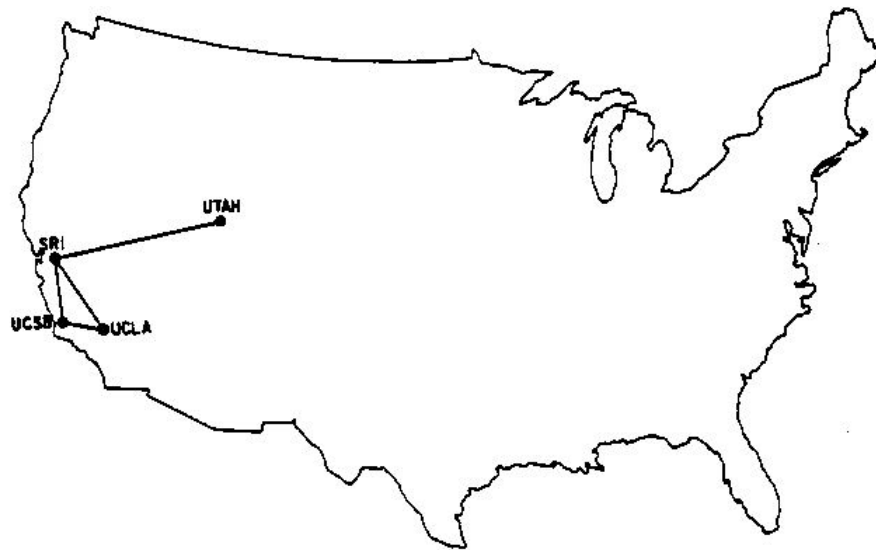
O Information Processing Techniques Office (IPTO), departamento onde surge a ARPANET valeu-se de uma tecnologia revolucionária de transmissão de telecomunicações, a comutação por pacote, desenvolvida por Paul Baran [...], e Donald Davies [...]. O Projeto de Baran de uma rede de comunicação descentralizada, flexível, foi uma proposta que a Rend Corporation fez ao departamento de defesa para a construção de um sistema militar de comunicação capaz de sobreviver a um ataque nuclear [...].

Dessa forma diminuindo consideravelmente as chances de perda de informações sigilosas, caso algumas das bases, como exemplo o Pentágono, sofresse algum ataque. “Embora esse nunca tenha sido o objetivo por trás do desenvolvimento da ARPANET” (CASTELLS, 2001, p.14).

Assim são os primeiros passos do que, no futuro, revolucionaria a história da comunicação e compartilhamento de informações: a Internet. Como explica Catlells (2003, p. 8), ela seria “[...] um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos, com muitos, no momento escolhido e em escala global.”.

No fim dos anos de 1960, a ameaça de ataque aos EUA foi quase totalmente minimizada, a ARPANET se tornaria obsoleta, pois, não haveria necessidade de mantê-la por um objetivo que não mais existia. Assim sendo, a ARPANET foi disponibilizada, no começo da década de 1970 a algumas universidades, para que os pesquisadores tivessem acesso à rede e assim desenvolver estudos para seu aperfeiçoamento. Na figura 1, mostramos a primeira conexão registrada entre as universidades em 1969.

Figura 1 – Primeira conexão entre as universidades em 1969.



Fonte: <http://som.csudh.edu/fac/lpress/history/arpamaps/press.jpg>

A princípio a ARPANET interligava os computadores do Pentágono com de outras bases militares, descentralizando suas informações. Com a abertura da rede para a Universidade da Califórnia em Los Angeles, e para o Instituto de Pesquisa em Stanford no dia 29 de outubro de 1969 foram estabelecidos dois nós, ou seja, duas conexões de fora foram ligadas ao sistema de redes da ARPANET. Em dezembro de 1969 uma terceira e quarta conexão foi estabelecida com a universidade de Utah e a Universidade da Califórnia, em Santa Bárbara. Num espaço de tempo curto o número de Universidades e instituições que passaram a utilizar a ARPANET aumentou consideravelmente, se tornando segundo Castells (2001, p.15) “uma rede de redes”, e como consequência, a rede de rede, passou a ter dificuldades para administrar e suportar tantos acessos.

Para solucionar de maneira prática o problema e “preocupados com possíveis brechas na segurança”, ocorreu à divisão dos principais componentes da ARPANET, nesse caso, a *Military Network* (MILNET), para localidades militares e a nova ARPANET, agora como ARPA-INTERNET, para localidades não militares, e dedicadas a pesquisas. A partir de então a nova ARPA-INTERNET, além de ter mais capacidade para conexões, obteve abertura para se desenvolver em ambientes mais livres, obtendo conexões não apenas de pesquisadores, mas também de estudantes que tivessem um computador para conectar-se a rede dentro da universidade. Esses

estudantes também contribuíram para o aperfeiçoamento da ARPA-INTERNET, transformando a rede na Internet que conhecemos hoje.

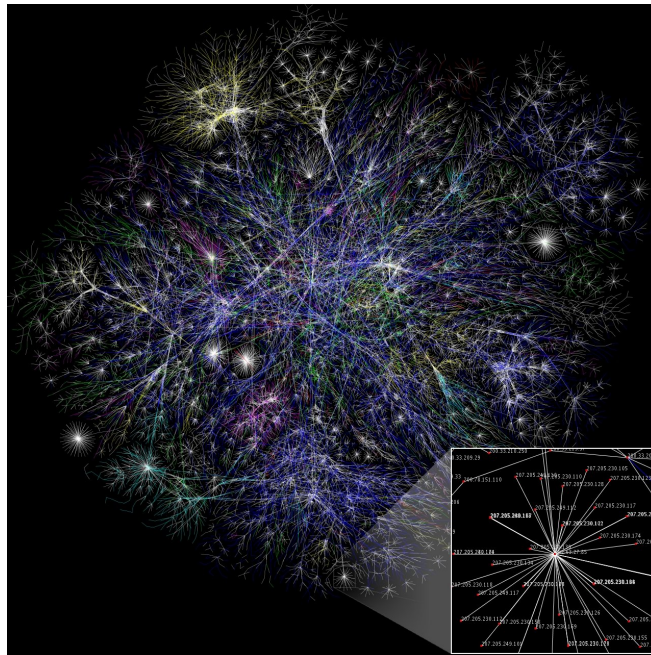
Vale salientar que a Internet não tem dono ou proprietários. O que a sustenta são grandes computadores chamados de “*Backbones*” ou espinha dorsal em português. Esses computadores são conectados por linhas com grande capacidade de transmissão de dados. Nos anos 90 esteve em poder do *National Science Foundation*. Logo depois, a mesma Fundação se tornou privada, possibilitando um número maior de acessos por computadores. Hoje os “*Backbones*” são sustentados por agências governamentais e por corporações privadas. Assim “a Internet cresceu rapidamente como uma rede global de rede de computadores” (CASTELLS, 2003, p.15).

O que permitiu que a Internet se tornasse tão grande e que pudesse ser acessada no mundo inteiro foi abertura em 1995 da conhecida WWW ou *World Wide Web* ao público. O WWW é um sistema com vários documentos dispostos na Internet que permitem o acesso às informações apresentadas no formato de hipertexto, que são documentos que exibem qualquer tipo de informação como fotografias, vídeos músicas, textos, e conexões entre documentos. Para ter acesso a essas informações, utiliza-se um *software* conhecido como navegadores, mas Castells explica que:

Embora a internet tivesse começado na mente dos cientistas da computação no início da década de 1960, uma rede de comunicações por computador tivesse sido formada em 1969, e comunidades dispersas de computação reunindo cientistas e hackers tivesse brotado desde o final da década de 1970, para a maioria das pessoas, para os empresários e para a sociedade em geral, foi em 1995 que ela nasceu (CASTELLS, 2003, p.15).

A *World Wide Web* começou a ser construída nos anos 1980 e continuou desenvolvendo-se até 1990, ela se torna um serviço utilizado na Internet em 1991, a partir deste ano surgem os navegadores, que deixam a Internet mais interativa com leitura de gráficos e animações. A Internet se torna então, uma conquista cultural que não para de ser aperfeiçoada. Abaixo na figura 2, temos uma pequena amostra de conexão (nós de conexão).

Figura 2 – Conexão a Internet na última década.



Fonte: Wikipédia/Creative Commons.

A primeira fase da Internet, agora chamada 1.0, exibia o site *online* como um jornal, de forma estática, não havendo interação entre o usuário e o proprietário da página, que era o único que podia fazer qualquer mudança. No máximo, o e-mail era oferecido para mais esclarecimentos. O usuário não expressava nenhum ponto de vista acerca do que tinha lido. A participação do usuário na construção e melhoramento de *sites* é uma das principais características da web 2.0, oferecendo dinamismo, maior possibilidade de compartilhamento de informações e liberdade para um uso criativo do conteúdo disponível na Internet. O blogueiro Joe Drumgoole faz uma comparação interessante de palavras-chave relacionadas à web 1.0 e web 2.0. Veja o quadro 1:

Quadro 1 – web 1.0 versus web 2.0	
* Web 1.0 significava de ler	* Web 2.0 significa escrever
* Web 1.0 significava empresas	* Web 2.0 significa comunidades
* Web 1.0 significava cliente-servidor	* Web 2.0 significa par-a-par
* Web 1.0 significava HTML	* Web 2.0 significa XML
* Web 1.0 significava páginas	* Web 2.0 significa blogs
* Web 1.0 significava portais	* Web 2.0 significa RSS
* Web 1.0 significava taxonomia	* Web 2.0 significa marcadores
* Web 1.0 significava fios	* Web 2.0 significa conexão sem fio
* Web 1.0 significava propriedade	* Web 2.0 significa compartilhamento
* Web 1.0 significava ações na bolsa	* Web 2.0 significa vendas estratégicas
* Web 1.0 significava Netscape	* Web 2.0 significa Google
* Web 1.0 significava formulários	* Web 2.0 significa aplicativos

* <i>Web 1.0 significava captura de tela</i>	* <i>Web 2.0 significa APIs</i>
* <i>Web 1.0 significava discagem</i>	* <i>Web 2.0 significa banda larga</i>
* <i>Web 1.0 significava preço de hardware</i>	* <i>Web 2.0 significa custo da banda</i>

Fonte: <http://blog.joedrums.com/2006/05/29/web-20-vs-web-10/>

O termo 2.0, usado pela primeira vez por um dos seus criadores em outubro de 2004 Tim O'Reilly, não indica um avanço tecnológico no sistema da Internet em si, mas na forma como ela é vista pelos usuários e desenvolvedores. Uma forma simples de entender o funcionamento da web 2.0 é através dos sites de busca. De acordo com o uso, os buscadores traçam um perfil com os termos mais utilizados pelo usuário e sugere atividades semelhantes que talvez sejam do seu interesse:

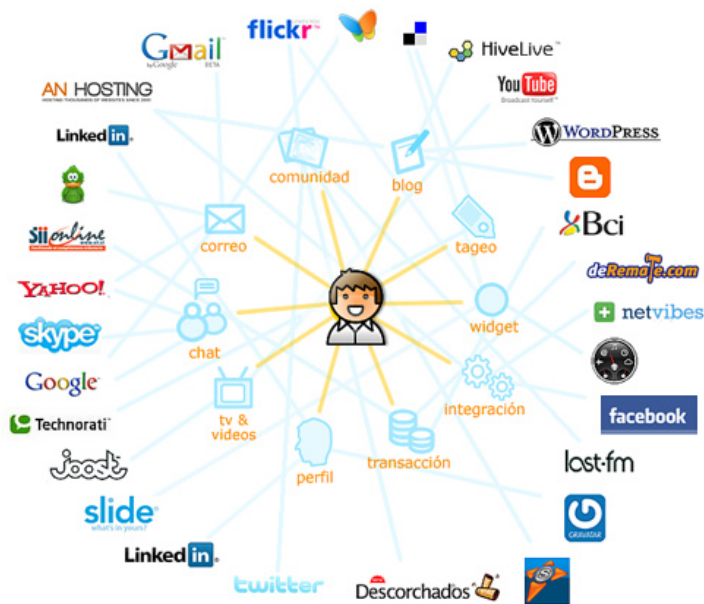
Quando dispositivos e programas estão conectados à Internet, as aplicações não dependem mais da atualização dos softwares, eles são serviços em andamento. Isto tem um significativo impacto sobre todo o desenvolvimento e processo no funcionamento do software. Portanto, não é mais preciso baixar novos recursos em lançamentos, mas sim adicionar características em uma base regular, como parte da experiência do usuário normal. Incluir seus usuários a ser os próprios avaliadores em tempo real, estrutura o serviço para revelar como as pessoas usam seu produto (MUSSER; O'REILLY, 2006, p. 5).

O sucesso do termo 2.0 se dá as suas características que descreviam perfeitamente a nova era da Internet, conforme Brito e Silva (2010, p. 24) esclarecem:

a) Interfaces ricas e fáceis de usar; b) Sucesso da ferramenta depende do número de usuários, pois os mesmos podem ajudar a tornar o sistema melhor; c) Gratuidade na maioria dos sistemas disponibilizados; d) Maior facilidade de armazenamento de dados e criação de páginas *online*; e) Vários usuários podem ter acesso à mesma página e editar as informações; f) As informações mudam quase que instantaneamente; g) Os *sites/softwares* estão associados a outros aplicativos tornando-os mais ricos e produtivos e trabalhando na forma de plataforma (união de vários aplicativos); h) Os aplicativos da *Web 2.0* geralmente criam comunidades de pessoas interessadas em um determinado assunto; i) A atualização da informação é feita colaborativamente e torna-se mais viável com o número de pessoas que acessam e atualizam (BRITO; SILVA, 2010, p. 24).

Outra mudança evidente entre a web 1.0 e a web 2.0 “foi que o usuário diminuiu a taxa de *download*¹ e aumentou a de *upload*², ou seja, isso indica que o usuário está interagindo mais com a web e trocando mais informações em forma de compartilhamento” (GRUYER, 2009), o usuário de torna a peça principal do aprimoramento constante da web.

Figura 3 – Usuário como peça chave.



Fonte: <http://jornalismodebolso.wordpress.com/2009/05/10/web-2-0-e-voce-tudo-a-ver/>

3.1. As redes sociais

Na atualidade, quando falamos em redes sociais, grande parte das pessoas faz uma ligação direta aos sites de relacionamento encontrados na web. Contudo, na realidade, o assunto é muito mais complexo. Mendes (2006, p. 34) afirma que “o conceito de 'rede' se tornou tão popular e utilizado em vários níveis, que é difícil construir uma definição que consiga abarcar todos os seus usos.” Se observarmos o utensílio doméstico 'rede', perceberemos que todas as suas linhas têm ligações entre si formando assim o tecido que a compõe. Esse significado é adotado figurativamente em todas as definições de redes, assim como a figura 4 abaixo:

¹ Download significa "carregar para baixo", ou "descarregar", descarregar algum arquivo localizado via Internet para o computador.

² Upload significa a atividade reversa e do 'download', a de carregar um arquivo do computador para internet, compartilhá-lo com o mundo através da Web.

Figura 4 – Ligações entre pessoas.



Fonte: <http://midiaeducacao.com.br/?p=7935>.

Como exemplo, podemos citar as redes de loja de uma empresa, redes distribuidoras de uma indústria, redes de ferrovias de um estado ou cidade, redes telefônicas de uma companhia, redes de computadores, Internet, contatos entre indivíduos e muitas outras (MENDES, 2006, p.34). No campo da administração, os pesquisadores Lipnack; Stamps (1994, p. 50 apud MENDES, 2006, p.36) descrevem uma rede como “voltada para a obtenção de informação e geração de conhecimento associada à inteligência competitiva nas organizações”, e divide em três elementos a estrutura de uma rede: (1) propósito comum: compartilhado por outros; (2) Participantes diversificados: indivíduos de empresas distintas ou grupos; (3) Conectividade: ligação entre os participantes sustentada através de um equipamento. Com isso, podemos entender a “rede” como um conjunto de ligações efetuadas por indivíduos ou grupos com interesses em comum.

O tema “redes sociais” é assunto de vários estudos em diversas áreas acadêmicas, principalmente nas ciências sociais. Nos primórdios da raça humana, o *Homo Erectus* já demonstrava sinais de prática das redes sociais, podendo ser associado de forma generalizada a grupos familiares, grupos para a prática de caça ou mesmo pessoas que cuidavam da segurança do grupo. Ferreira (2010) cita mais um exemplo: na “idade média, [] os templários ou os grandes construtores de

catedrais – os maçons – já tinham as suas redes sociais”, assim, afirmando que a rede social “não é uma tendência ou um aspecto inusitado”.

As redes são formadas por um conjunto de atores que mostram ligação direta ou indireta em seus relacionamentos, que nas ciências sociais, são representados por sujeitos sociais: grupos, indivíduos ou organizações, interligados por algum tipo de relação, valor, ou ponto de vista compartilhado (ALBAGLI; MARCIEL et. al, 2004. Apud SUGAHARA; VERGUEIRO, 2012). Aplicada a sociabilidade entre indivíduos, quando um grupo (ou pessoa) compartilha informações e/ou mantém um relacionamento de qualquer espécie, tem-se uma rede social. Assim, como afirma Recuero (2009, p. 24) “Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores”.

De acordo com Dias et al. (2010, p.) podemos visualizar vários tipos de redes sociais, e nos apresenta um quadro 2 com os tipos mais comuns.

Quadro 2 – Tipos de redes sociais.

TIPOS DE REDES SOCIAIS	CONCEITOS
Redes de Pesquisa	Construída por pessoas que se relacionam dentro de um contexto acadêmico de pesquisa.
Rede Informal	Configurada e mobilizada por pessoas da sociedade civil para encaminhar ou monitorar questões específicas.
Rede de Modo-duplo	Possui dois conjuntos distintos de atores, cada um com atributos particulares.
Rede de Modo mais alto	Tipo de rede que tem mais de dois conjuntos de atores.

Fonte: Dias et al. (2010).

Para estudar como esses grupos (ou pessoas) lidam entre si através das redes e entender sua funcionalidade, a Análise de Redes Sociais passou a ser utilizada por pesquisadores para obtenção de dados.

3.2 O Estudo das Redes Sociais

Para obter dados sobre diferentes redes sociais é preciso analisar o comportamento dos seus componentes, e a partir desta etapa tirar conclusões a respeito dos aspectos de “convívio” dos participantes nas redes e seu funcionamento. Para obtenção desses dados foi criada a Análise de Redes Sociais (ARS), que é uma abordagem proveniente da Sociologia, da Psicologia Social e da Antropologia (FREEMAN, 1996). A ARS interessa a pesquisadores de campos diversificados do conhecimento que, na tentativa de entenderem o seu impacto sobre a vida social, “deram origem a várias metodologias de análise que têm como base as relações entre os indivíduos, numa estrutura em forma de redes” (MATHEUS; SILVA, 2006, p. 2).

Esse estudo pode ser aplicado em qualquer tipo de redes sociais, sejam elas através de mediação via computador/internet ou através do convívio com pessoas face a face. É através dos compartilhamentos de informações entre atores de uma rede ou entre redes distintas que faz com que o fluxo de informação torne-se intenso.

No caso das redes sociais, acredita-se que os atores integram-se ao fluxo de informação quando reconhecem a existência de opções da informação que estão circulando na rede, selecionando as mais adequadas segundo um contexto em que se encontram. Deste modo, tão importante quanto a oferta da informação é a capacidade de percepção da informação como informação pelos atores, pois essa percepção pode tanto impulsionar os fluxos existentes quanto propiciar o desenvolvimento de novos fluxos na rede (SUGAHARA; VERGUEIRO, 2012, p.107).

Martelleto (2010, p.28) explica o quanto foi importante o estudo das redes, pois:

[...] permitiram a construção de uma compreensão inovadora da sociedade, que ultrapassa os princípios tradicionais, nos quais o elo social é visto como algo que se estabelece em função dos papéis instituídos e das funções que lhes correspondem (MARTELETO, 2010, p.32).

Recuero (2009, p. 21) ainda ressalta, afirmando que “[...] a abordagem de rede fornece ferramentas únicas para o estudo dos aspectos sociais [principalmente] do ciberespaço: permite estudar, por exemplo, a criação das estruturas sociais”. As redes sociais presentes no ciberespaço podem proporcionar uma quantidade considerável de dados de forma prática e com maior agilidade, pois diferente de um

grupo de pessoas em um lugar específico, essas redes têm livre acesso para entrada de novos participantes, assim adquirindo um grande número de adeptos, facilitando a busca de pessoas para estudos. A autora enfatiza porque as pesquisas em redes sociais no ciberespaço vêm atraindo muitos pesquisadores em busca de informações verossímeis a respeito desse tipo de redes:

A força da abordagem de redes sociais está em sua necessidade de construção empírica tanto qualitativa quanto quantitativa que busca, a partir da observação sistemática dos fenômenos, verificar padrões e teorizar sobre os mesmos. Estudar redes sociais, portanto, é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço. É explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais (RECUERO, 2009, p. 21-22).

A ARS atribui “sua ênfase nas ligações entre os elos; ou seja, a unidade de observação é composta pelo conjunto de atores e seus laços” (MATHEUS; SILVA, 2006, p. 2). Neste trabalho o foco será nas características de determinados usuários da rede social Facebook, levando em conta o fator utilidade e facilidade de uso percebido por esses atores, bem como o compartilhamento de informações acadêmicas, sendo assim, a ARS não será utilizada para obtenção de dados para nossa pesquisa, apesar de também poder colher dados característicos dos atores pelos “métodos estatísticos tradicionais”.

3.3 As redes sociais virtuais

Marteleto (2010) utiliza da literatura existente nas ciências sociais para dividir as redes sociais em dois planos, assim baseando-se em sua percepção, vamos estruturar as redes em duas categorias distintas:

- *Redes sociais reais*: Nessa categoria inclui-se o estudo das redes sociais em ambientes, que Marteleto chama de “primários”, “relativa às interações cotidianas entre as pessoas no processo de socialização”. Ou seja, relações face a face com seus familiares, com seus colegas de trabalho ou vizinhos. Redes que são aplicadas às relações que temos com as pessoas no nosso cotidiano. Nessa categoria também está incluída “atuação coletiva de grupos” e organizações.

- *Redes sociais virtuais*: São conhecidas como ‘redes secundárias’. Nessas, formam-se relações entre dois ou mais indivíduos numa comunicação mediada por computadores conectados à Internet (HENRICK, 2010). Como exemplo disso, podemos citar os sites/redes de relacionamento, sejam com fins profissionais, ou entretenimento. Neles “[...] as pessoas levam em conta diversos fatores ao escolher conectar-se ou não a alguém em alguma rede social.”.

Com a popularização da Internet e com o passar dos anos, a distância entre as pessoas ficou cada vez menores, através das trocas de mensagens instantâneas, compartilhamento de fotos, e notícias que atravessam o mundo em minutos, surgindo naturalmente à necessidade de compartilhar opiniões e disseminar informações para grupos que partilhassem das mesmas opiniões ou crenças, da mesma forma como acontece nas redes sociais reais. A partir disso começou a ser originada de forma primitiva uma maneira de classificar-se em um grupo.

A história das redes sociais virtuais começa a surgir com o advento dos bate-papos³, embora muitos acreditem que o e-mail (correio eletrônico), que foi usado pela primeira vez em 1971 por Ray Tomlinson, e continua sendo usado até os dias de hoje, tenha sido o precursor das redes sociais, contudo o e-mail não pode ser taxado como a primeira forma de redes social, pois como afirma Oliveira (2011).

[...] com o passar dos anos e o aumento considerável no número de internautas, foi sentida a necessidade da criação de uma ferramenta de comunicação mais abrangente e que permitisse uma ampliação nas redes de contatos. Haja vista que as mensagens eram limitadas somente a usuários dos quais se tinha o endereço eletrônico, por esse motivo as mensagens recebidas não poderiam ser repassadas com facilidade.

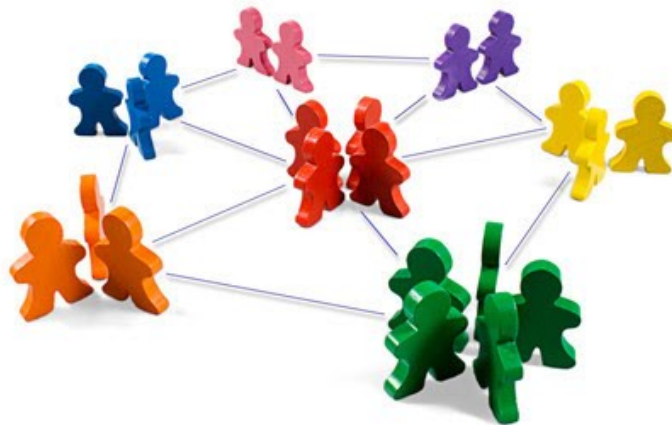
As redes sociais virtuais a partir de 2004 começaram a conquistar mais usuários da web. A princípio essas redes não tinham intenção de disseminar informações, a intenção primordial era apenas o relacionamento entre as pessoas que enxergavam algo em comum entre elas. Podemos usar como exemplo a rede

³ Sistema interativo que permite que duas ou mais pessoas possam conversar ao vivo numa página de site.

social Orkut⁴ que servia principalmente para conhecer pessoas e fazer amizades, e a rede MySpace⁵, que visava manter interação com pessoas que gostavam do mesmo estilo musical e compartilhamento de fotografias.

Os mesmos conceitos usados nas ciências sociais para classificar o que são e, para que servem as redes sociais reais são perfeitamente aplicáveis às atividades exercidas nas redes sociais virtuais. Afinal, assim como uma rede de relacionamentos face a face, cheia de ligações entre atores com interesses mútuos, as redes virtuais são construídas da mesma forma, mudando apenas o suporte de conexões. Sugahara e Vergueiro (2010, p.104) acreditam que “as relações de interação entre os indivíduos de uma rede social, oportunizam a troca e o compartilhamento de informações e conhecimento”. Ainda citam que a interação leva ao compartilhamento, impulsionando o fluxo de informação e de conhecimento através do movimento da rede e determinando seus vínculos (SUGAHARA; VERGUEIRO, 2012, p.105 apud TOMAÉL, 2008, p. 9), como mostra a figura 5 abaixo:

Figura 5 – Rede de compartilhamento.



Fonte: <http://vicissitudedeser.wordpress.com>

3.3.1 Evolução das redes sociais

⁴ www.orkut.com

⁵ www.myspace.com

Para Costa (2005, p. 244) “as redes digitais representam [...] um fator determinante para a compreensão da expansão de novas formas de redes sociais e da ampliação de capital social em nossa sociedade. ” Assim, as redes sociais virtuais ganham um espaço como difusora de informações. Podemos constatar a evolução das redes sociais com o passar dos anos, e quão mais eficientes e diversificadas se tornaram. A começar pelas primeiras redes sociais, as que fazem parte da primeira fase das redes sociais virtuais:

AOL Instant Messenger

Lançada em 1997. A *America On-line* popularizou as mensagens instantâneas e foi “pioneiro na categoria bate-papo” (OLIVEIRA, 2011). Anos mais tarde, em 2010, compra a concorrente ICQ, que também prestava serviços de bate-papo. Em março de 2012, sites de notícias e revistas especularam o fim do serviço. Jornais famosos como o *The New York Times* noticiaram uma demissão em massa de funcionários da empresa que desmentiu fechamento.

Figura 6 – Layout de entrada em 1997



Fonte:

http://www.help2go.com/Tutorials/Instant_Messaging/AOL_Instant_Messenger_-_Getting_Started.html.

Figura 7 – Layout do bate-papo em 1997

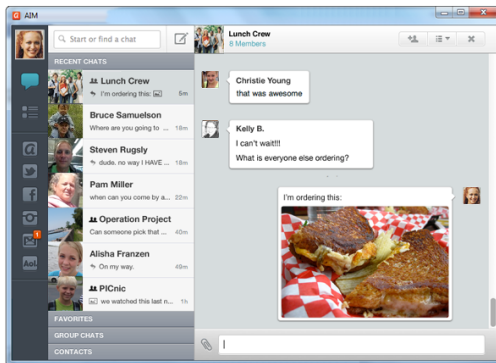


Fonte:

http://www.help2go.com/Tutorials/Instant_Messaging/AOL_Instant_Messenger_-_Getting_Started.html

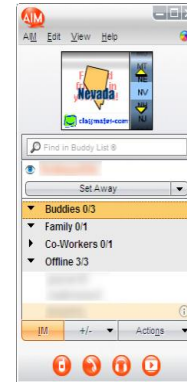
Figura 8 – Layout de entrada em 2012

Figura 9 – Layout do bate-papo em 2011



Fonte:

<http://www.aim.com/download#windows>



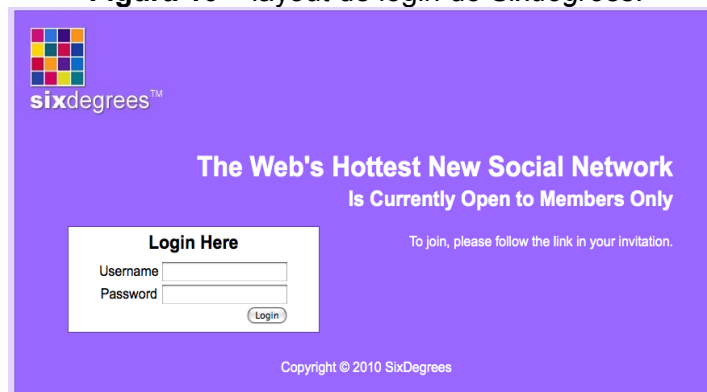
Fonte:

http://www.help2go.com/Tutorials/Instant_Messaging/AOL_Instant_Messenger_-_Getting_Started.html

Sixdegrees

Segundo Oliveira (2011) “a primeira rede social, que permitiu a criação de um perfil virtual, bem como a publicação e listagem de contatos foi a *Sixdegrees*”. Com lançamento datado do ano de 1997, essa foi a primeira rede com perfis online e listagem de amigos assim como conhecemos hoje. Ela se baseia na regra dos seis passos, onde você precisa de cinco pessoas para chegar até uma sexta. Só se tem acesso à rede por convite. “*SixDegrees* se promoveu como uma ferramenta para ajudar as pessoas a ligar e enviar mensagens para outros. Enquanto ele atraiu milhões de usuários, não conseguiu se tornar um negócio sustentável e em 2000 o serviço foi fechado.” (BOYD; ELLISON, 2007). O layout do *SixDegrees* continua ativo para login dos que já se estabeleceram na rede antes do fechamento oficial.

Figura 10 – layout de login do *Sixdegrees*.

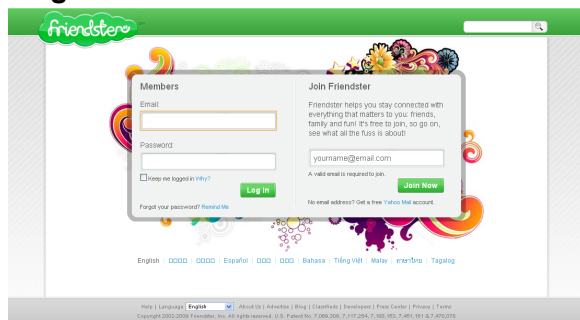


Fonte: <http://www.sixdegrees.com>

Friendster

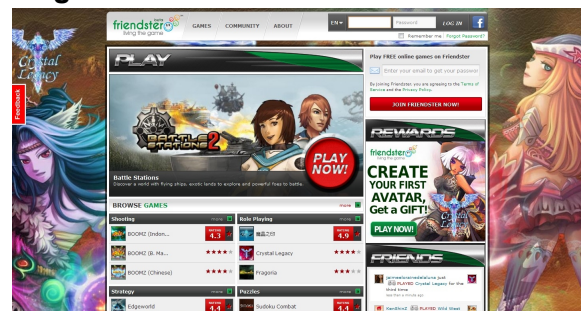
Friendster segue a mesma linha que o *Sixdegrees*, com perfil e lista de contatos. Oliveira (2011) explica que essa rede “registrou mais de três milhões de usuários cadastrados”, assim os problemas técnicos enfrentados pela rede social eram constantes, devido ao grande número de usuários. Na época do lançamento em 2002 ficou muito conhecido por tentar ajudar a amigos de amigos a se encontrarem, obteve o número máximo de usuários no ano de 2003 com mais de trezentos mil usuários ativos. Devido o grande número de perfis falsos e as dificuldades técnicas e sociais o site perdeu um grande número de usuários (BOYD; ELLISON, 2007). Hoje se tornou um espaço que oferece aos usuários uma maneira simples de se obter dinheiro virtual para ser usado em jogos, materiais e serviços.

Figura 11 – Interface Friendster em 2010.



Fonte: www.friendster.com

Figura 12 – Interface Friendster em 2012



Fonte: www.friendster.com

MySpace

Lançado em 2003, o *MySpace* tinha grandes semelhanças com *Friendster*, mas se mostrava uma rede mais interativa, “com espaços para músicas fotos e um blog que pode ser personalizado por usuário” OLIVEIRA (2011), e ainda um sistema de mensagens entre os participantes. Logo se tornaria um sucesso nos Estados Unidos. Hoje o *MySpace* se tornou mais padronizado.

Figura 13 – logotipo do myspace em 2003

Figura 14 – Logotipo do myspace inaugurado



em 2010 e usado até o ano corrente



Fonte:

http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/myspace_goes_blank.php

Fonte:

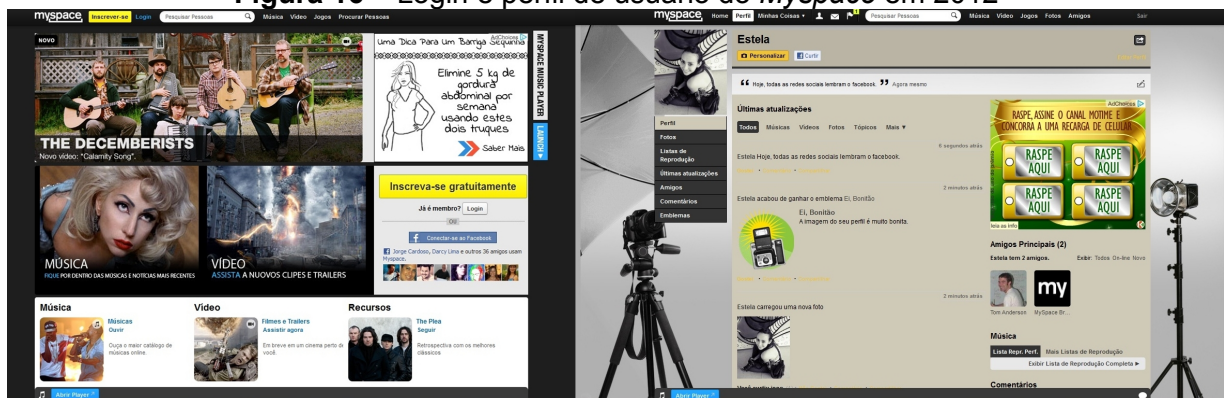
http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/myspace_goes_blank.php

Figura 15 – Login do Myspace em 2003



Fonte: <http://mopblogpop.blogspot.com.br/2010/08/primeira-postagem-e-sobre-myspace.html>

Figura 16 – Login e perfil de usuário do Myspace em 2012



Fonte: <http://br.myspace.com/>

LinkedIn

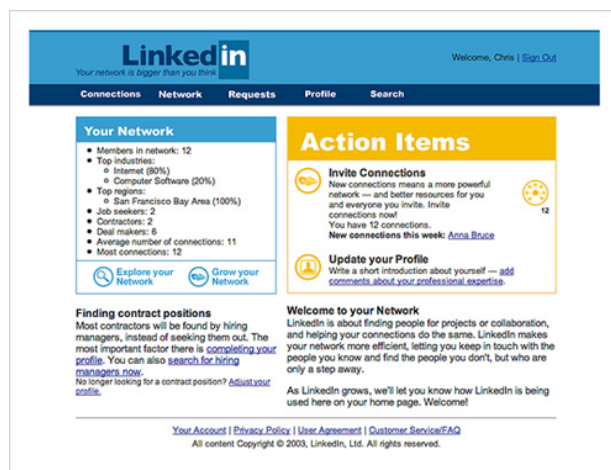
Também em 2003 foi lançado o *LinkedIn* com uma proposta diferente. Essa rede visa à interação entre profissionais ou acadêmicos. “Trata a ligação entre os usuários com o termo conexões e não contatos como nas demais redes.” OLIVEIRA (2011). Em 31 de março de 2012, *LinkedIn* opera a maior rede profissional do mundo na Internet com 161 milhões de membros em mais de 200 países e territórios, além disso fez cerca de 4,2 bilhões de buscas de orientações por profissionais na plataforma em 2011 e estão a caminho de superar 5,3 bilhões em 2012 (*LinkedIn Press*, 2012).

Figura 17 – Logotipo do *LinkedIn* desde o lançamento até o ano corrente



Fonte: <http://loungeempreendedor.blogspot.com.br/2011/06/networking-e-linkedin.html>

Figura 18 – Pós tela de login em 2003



Fonte: <http://www.flickr.com/photos/chris/483902506/>

As redes sociais virtuais da segunda fase da Internet estão mais interativas, agora sendo usado como meio para disseminar informações diversas. Vejamos as principais redes:

Orkut

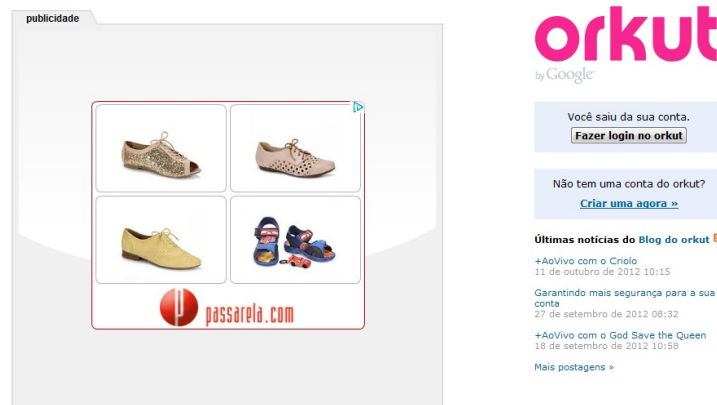
Então surge em 2004 o *Orkut*, a rede social virtual que reinou durante muito tempo em primeiro lugar entre as redes. Chamou a atenção primeiramente por precisar de convite para fazer parte da comunidade. “Em seu lançamento o público-alvo seria os internautas americanos.” A rede “foi criada pelo engenheiro turco e funcionário do *Google* chamado *Orkut Büyükkökten*, ele que levaria seu nome a rede social, fazendo mais sucesso no Brasil e na Índia.” (OLIVEIRA, 2010). O Brasil ocupa 50,6% dos seus usuários no ano de 2012.

Figura 19 – Login do Orkut em 2004



Fonte: <http://feijaoaodente.wordpress.com/tag/redes-sociais/>

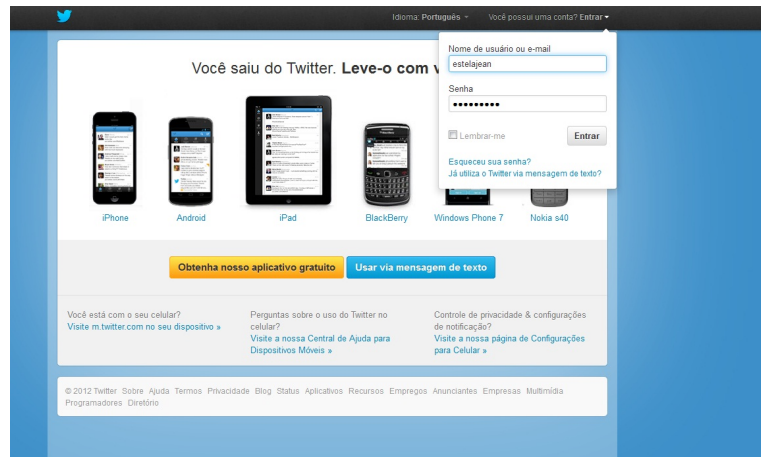
Figura 20 – Login do Orkut em 2012



©2012 Google - Sobre o orkut - Central de segurança - Privacidade - Termos de uso - Publicidade

Fonte: www.orkut.com.br

Twitter

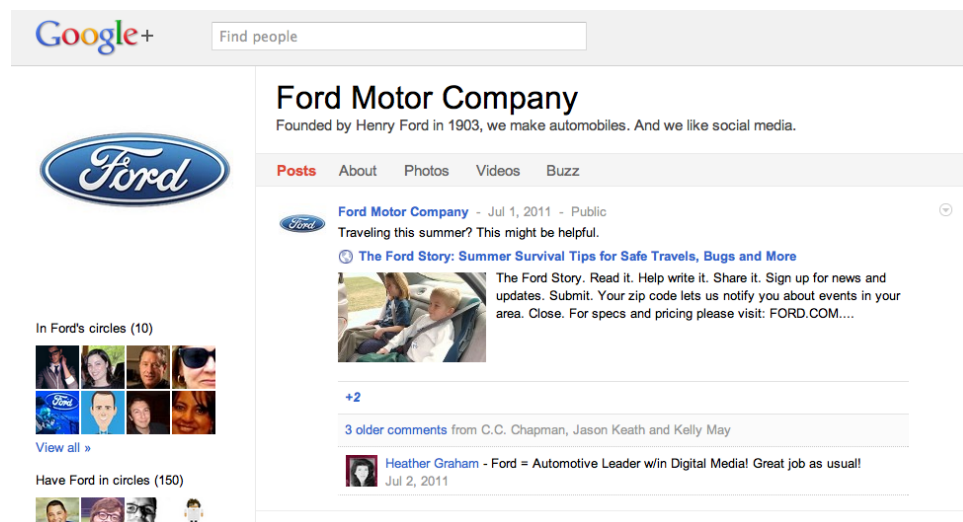


Fonte: www.twitter.com

Google +

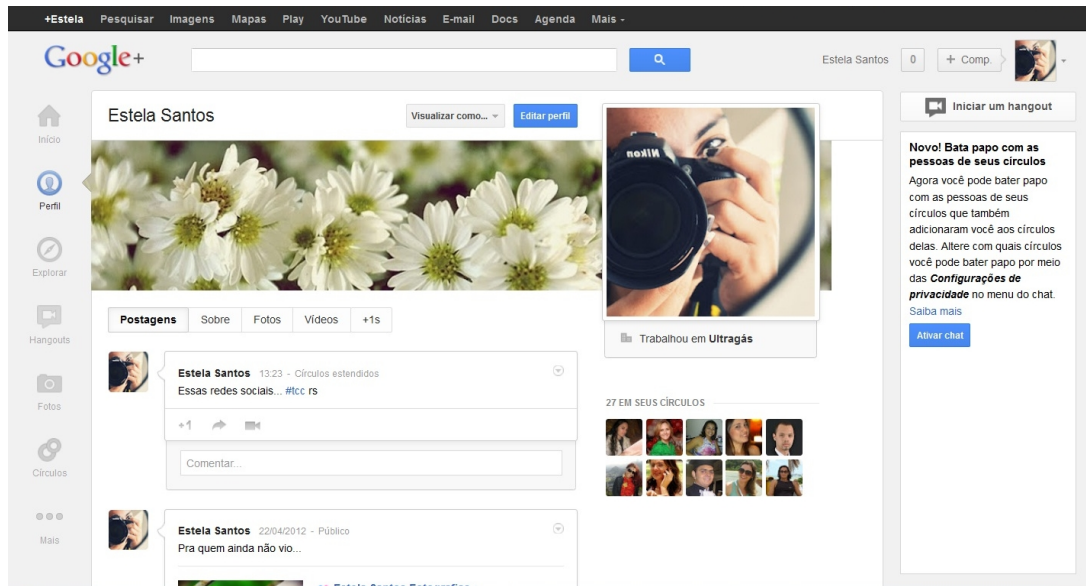
A rede social teve um pico de 90 milhões de cadastros. No entanto, isso não se converte em usuários ativos na rede social. A rede utiliza círculos de amigos e compartilhamento de imagens e notícias. É uma rede interativa, mas não fez muito sucesso no Brasil. Foi inaugurada em 2011.

Figura 26 – Pagina de perfil do Google + em 2011.



Fonte: <http://www.luzpropria.com.br/blog/google-plus-empresas/google-plus-ford/>

Figura 27 – Pagina de perfil do Google + em 2012.



Fonte: <https://plus.google.com/u/0/111912250362669849885/posts>

Facebook

“No mesmo ano, em 2004, outra rede social era criada, no início chamado de *The Facebook*, o Facebook seria fundado pelos ex-estudantes da Universidade de Harvard Mark Zuckerber, [Dustin Moskovitz](#), Eduardo Saverin e Cris Hughes.” Feita apenas para os estudantes de Harvard, apenas em 2006 foi aberta a qualquer tipo de usuário, hoje o Facebook é a rede mais popular, assim nos deteremos apenas a esta rede para pesquisa proposta. No mês de Junho de 2012, a rede atinge 901 milhões de usuários e 526 milhões de usuários ativos até março de 2012. Por opções de interação diversificadas e *feedback* garantido pela facilidade das curtuições e compartilhamentos que o Facebook aumenta seu numero de usuários a cada dia.

4 FACEBOOK

O dicionário Michaelis (2008) explica que o processo de socialização pode ser definido como o processo de aprendizagem, interiorização de valores e normas característicos de um meio social, tendo assim como objetivo a integração do indivíduo na sociedade. É como acontece com as crianças em fase de crescimento, ou como quando um indivíduo muda-se para uma cidade desconhecida por motivos diversos e tende-se adaptar ao ambiente.

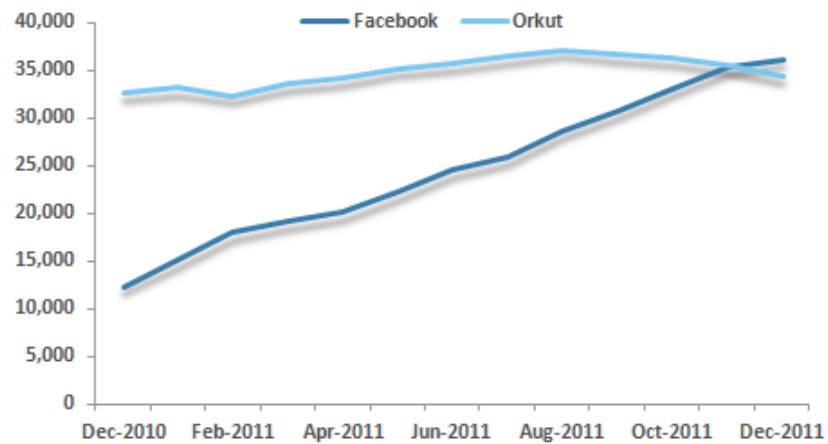
Conhecer pessoas é um processo importante na vida do ser humano, e acontece naturalmente. Hoje, as redes sociais virtuais é uma das causas para o grande número de acessos a Internet, e através delas milhões de pessoas passam a manter contato mesmo sem nunca terem se conhecido face a face. Hoje, quando os primeiros contatos entre uma pessoa ou grupo de pessoas acontecem pessoalmente à pergunta que não falta é: você tem Facebook?

A missão do Facebook hoje, segundo o a própria rede é “tornar o mundo mais aberto e conectado”. Justificando que “as pessoas usam o Facebook para ficar conectado com amigos e familiares, para descobrir o que está acontecendo no mundo, e para compartilhar e expressar o que importa para eles” (FACEBOOK, 2012).

Quando fundada em 2004 o Facebook conhecido como “*The Facebook*”, tinha intenção de manter conectado apenas estudantes da Universidade de Harvard, onde seu criador Mark Zuckerberg estudava. Hoje é a maior rede utilizada no mundo, conforme apresenta as estatísticas. No começo do ano de 2012, de acordo com a Empresa Estatística ComScore, o Facebook ultrapassa o *Orkut* em números de usuários no Brasil com 36,1 milhões contra os 34,4 milhões do *Orkut* e ainda em crescimento. Agora, se tratando de usuários no mundo, O Facebook já ultrapassa a marca de 1 bilhão de usuários.

GRÁFICO 1 – Total de visitantes no Facebook e *Orkut* no Brasil.

Total Unique Visitors (000) to Facebook and Orkut in Brazil
 Source: comScore Media Metrix, Dec-2010 to Dec-2011, Visitors in Brazil Age 6+ Home/Work Location




COMSCORE

Fonte: comScore.com

Independente do motivo que ocasionou a fama do Facebook com passar do tempo, pode afirmar que, a rede se transformou num meio rápido de disseminar uma notícia, mobilizar pessoas, fazer manifestações e promover eventos. A cada dia a rede tenta evoluir procurando sempre inovações quanto à interatividade.

Para entendermos da evolução da rede social Facebook, segue o quadro 3 com os principais acontecimentos na rede até o ano corrente:

Quadro 3 – Linha do tempo Facebook.	
Data	Acontecimentos
4 de fevereiro de 2004	Mark Zuckerberg e co-fundadores Dustin Moskovitz, Chris Hughes e Eduardo Saverin lançam o Facebook.
Março 2004	Facebook expande da Universidade de Harvard para Universidade de Stanford, Columbia e Yale.
Junho 2004	A empresa Facebook se muda para Palo Alto, na Califórnia.
Setembro 2004	Lançamento do Mural de Mensagens do Facebook, dando às pessoas um lugar para postar mensagens para seus amigos.
Dez 2004	Facebook atinge 1 milhão de usuários.
01 de maio de 2005	Facebook cresce e passa a suportar mais de 800 redes de faculdade.

	 <p>The screenshot shows the profile of Scott Pearson on thefacebook.com. The page includes a navigation menu on the left, a profile picture, and several sections of information: Account Info (Name: Scott Pearson, BS; Member Since: January 12, 2005; Last Update: February 3, 2005), Basic Info (Email: pearsons2@scranton.edu; Status: Alumnus/Alumna; Sex: Male; Year: 2004; Concentration: Computing Sciences, Mathematics), and Extended Info (Phone: 570-499-4818; High School: Dunmore HS '00; Screenname: ScottiePP7; Looking For: Friendship, Dating, A Relationship, Random play, Whatever I can get; Interested In: Women; Relationship Status: Single; Political Views: Liberal; Interests: Drinking, Football, Basketball, Tennis, saying you'll have that).</p>
20 de setembro de 2005	thefacebook.com é oficialmente descartado, o "o" é retirado e se torna Facebook.
Setembro 2005	Facebook se expande para adicionar redes do ensino médio.
Outubro 2005	Facebook começa a adicionar redes de escolas internacionais.
Outubro 2005	Facebook permite o <i>upload</i> de fotos.
Dez 2005	Facebook atinge 6 milhões de usuários.
Abril de 2006	O Facebook passa a ser acessado por celulares.
Mai de 2006	Facebook se expande para adicionar redes de trabalho.
Agosto 2006	Facebook apresenta a primeira versão da API do Facebook, onde você pode acessar páginas específicas através do endereço.
05 de setembro de 2006	Lançamento do News Feed and Mini Feed-. Com eles você passa a receber atualizações dos seus amigos no Facebook.
26 de setembro de 2006	Facebook expande registro para que qualquer pessoa possa participar.

	
<p>Dez 2006</p>	<p>Facebook atinge 12 milhões de usuários.</p>
<p>14 de maio, 2007</p>	<p>Facebook lança aplicativo de mercado para anúncios.</p>
<p>24 de maio de 2007</p>	<p>Lançamento da Plataforma Facebook para aplicação de terceiros.</p>
<p>22 de junho de 2007</p>	<p>Facebook lança vídeos.</p>
<p>Outubro 2007</p>	<p>Facebook estreia em Londres.</p>
<p>Outubro 2007</p>	<p>Lançamento da Plataforma Facebook para Celular.</p>
<p>Dez 2007</p>	
<p>05 de janeiro de 2008</p>	<p>Facebook co-patrocina Debates Presidenciais com ABC News.</p>
<p>17 de janeiro de 2008</p>	<p>Acontece o primeiro Hackathon '08, que foi uma sessão de inovação do Facebook feitas pelos seus desenvolvedores para melhorar a rede social.</p>
<p>3 de março de 2008</p>	<p>O Facebook estréia na Alemanha.</p>

6 de abril de 2008	Lançamento do Facebook Chat.
10 de julho de 2008	Facebook lança aplicativo para iPhone.
21 de julho de 2008	O Facebook lança nova interface. 
Dez 2008	Facebook estreia em Dublin.
9 de fevereiro de 2009	Introdução do botão 'Like'.
11 de março de 2009	O Facebook lança nova página inicial.
29 de maio de 2009	Facebook muda para nova sede em 1601 do Sul da Califórnia Ave, Palo Alto.
13 de junho de 2009	Lançamento de nomes de usuários do Facebook.
3 de agosto de 2009	Facebook estreia em Nova York.
Dez 2009	Facebook atinge 360 milhões de usuários.
28 de julho de 2010	Lançamento de Enquetes no Facebook.
21 de julho de 2010	Lançamento do aplicativo Facebook Stories. Onde pessoas que usam o Facebook contam suas Histórias através da rede.
18 de agosto de 2010	Lançamento do Facebook Places, onde você pode mostrar em mapas sua localização.
06 de outubro de 2010	Introdução de novos grupos.
Setembro 2010	Facebook lança sede em Hyderabad, Índia.
Dez 2010	Facebook atinge 608 milhões de usuários.
05 de dezembro de 2010	Lançamento de nova interface.

	
12 de março de 2011	Primeira Copa Hacker oficial do Facebook. Para contratação de novos funcionários.
15 de abril de 2011	Nova sede em Prineville Data Center abre.
20 de abril de 2011	O presidente Barack Obama visita Facebook.
6 de julho de 2011	Lançamento da videochamada/conferência via Facebook.
22 de setembro de 2011	Linha de tempo, uma forma das pessoas para compartilhar a história de sua vida, introduzida no f8.
11 de outubro de 2011	Lançamento do Facebook para iPad.
6 de novembro de 2011	Facebook atinge 845 milhões de usuários.
Nov 2011	Lançamento da plataforma de anúncios + páginas no Facebook.
7 de dezembro de 2011	Facebook DC promove seu primeiro Congresso Hackathon para desenvolvedores.
19 de dezembro de 2011	Facebook muda para uma nova casa em Menlo Park, na Califórnia
18 de janeiro de 2012	Lançamento de apps Timeline.



Fonte: <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreald=20>.

Figuras 28 a 34: <http://blog.mad4flash.com/2011/10/facebook-changes-through-the-years-social-media-revolution/>

Em 2010 foi lançado o livro, “Bilionários Por Acaso” escrito por Ben Mezrich, que tenta contar a história de como começou o fenômeno Facebook. Esse livro inspirou o filme A Rede Social, de David Fincher. Em 2011 o jornalista David Kirkpatrick lança outro livro “O Efeito Facebook”, contando sobre o início e a ascensão do Facebook. Alguns críticos acreditam que o que Kirkpatrick fez foi especular menos e informar mais: “Bilionários é um livro cheio de suposições, o que não entra nas páginas do livro de Kirkpatrick, muito mais rico em informações.” (ODELLI, 2011)

Apesar da grande popularização do Facebook entre os jovens, as empresas também aderiram a rede, em alguns casos são utilizados como site oficial, por promover o fácil *feedback* entre as empresas e as pessoas que “curtem” o produto oferecido.

A questão principal que nos fez usar o Facebook como foco do nosso estudo, se baseia na disseminação e compartilhamento de informações acadêmicas que são circuladas nessa rede.

A Figura 35 nos apresenta a interface de entrada do Facebook no estado atual:

Figura 35 - Interface de entrada do Facebook em 2012

The image shows the Facebook homepage in 2012 with several features highlighted by red boxes and numbered annotations:

- 1** - Botão de adicionar amigos, Ler mensagens particulares, Atualizações sobre o perfil do usuário
- 2** - Botão de acesso a sua linha do tempo.
- 3** - Ferramenta de busca.
- 4** - Atualização de Status
- 5** - Gerenciamento de páginas feitas pelo usuário.
- 6** - Grupos particulares para classificação de amigos.
- 7** - Grupos de discussão que o usuário participa.
- 8** - Feed de notícias dos amigos adicionados.
- 9** - Botão para curtir, comentar, e compartilhar tal atualização.
- 10** - Avisos de Aniversário, eventos, jogos e relacionamentos.
- 11** - Publicidade.
- 12** - Feed imediato de notícias.
- 13** - Ferramenta de Bate-papo do Facebook

The interface includes a top navigation bar with the Facebook logo, a search bar (3), and a user profile section (Estela Santos). The main content area is divided into sections for 'FAVORITOS' (Feed de notícias, Mensagens, Eventos, Fotos), 'AMIGOS' (Melhores amigos, Família, João Pessoa, etc.), and 'PÁGINAS' (Gagne fotografia, etc.). A central feed (8) shows posts from friends and pages, including a video from 'Hassleblad Master 2012' and a post from 'Opa!a!a'. A right sidebar (10) contains 'PATROCINADO' (Patrocinado) and 'Criar um anúncio'. A bottom section (13) features a 'Bate-papo' (chat) tool.

Fonte: da pesquisa.

5 DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO E FACEBOOK

Disseminamos informações sempre que trocamos experiências, contamos uma história, narramos um fato, ou apenas passamos adiante uma novidade. Disseminar é uma característica natural do ser humano. Carvalho (2006) reforça, afirmando que a disseminação consiste na prática da transferência de conhecimento, podendo ser pela contratação de pessoas, pelas conversas informais e não programadas, ou por reuniões e ações estruturadas que torna possível a mobilidade do conhecimento. A Ciência da Informação e a Ciência da Comunicação, através da literatura de Lara e Conti, (2003, p.26) explicam que:

Disseminar informação supõe tornar público a produção de conhecimentos gerados ou organizados por uma instituição. [...]. Assume formas variadas, dirigidas ou não, que geram inúmeros produtos e serviços, dependendo do enfoque, da prioridade conferida às partes ou aos aspectos da informação e dos meios utilizados para sua operacionalização.

Ou seja, nas instituições e empresas essa disseminação acontece de forma controlada e referenciada em caso de uso para qualquer tipo de estudo.

Já segundo Barros (2003 apud SIMIONATO et al., 2010, p.11) disseminar informações “[...] significa, em alguma medida, divulgar, difundir, propagar, mediante condições e recursos de que se cerca o agente”. A partir dessa consideração percebemos que as condições informacionais, ou recursos, que cercam o informante influenciam na forma como a informação será disseminada.

As formas de disseminação de informações foram mudando com o passar dos anos. Assim, para obter qualquer tipo de informação, as pessoas recorriam aos jornais, rádios, cartas, telegramas e mais tarde à televisão. Na época, acreditava-se no processo de disseminação da informação através dos mesmos, e, por conseguinte se tornaria mais dinâmico esse processo.

Diferente de algumas décadas passadas, hoje a informação atravessa o mundo em segundos através da Internet, principalmente a partir das ferramentas das redes sociais. Del Valle Gastaminza (1990, apud OLIVEIRA, 2010) observa que não existe uma forma única de disseminação, mas sim, diferentes tipos de produtos e serviços oferecidos.

A rede social Facebook oferece dinamismo no compartilhamento de informações, assim, a disseminação causada por tais compartilhamentos toma grandes proporções. Nascimento (2011, p. 53) reforça afirmando que:

a produção de documentos em formato digital e a transmissão de dados pelas redes, acessíveis a todos os cidadãos provocou uma grande revolução na disseminação da informação, todos podem acessar uma grande quantidade de informação atualizada com muito mais facilidade.

O contato *online* via Facebook promove a disseminação de informações e a interação entre usuários em qualquer parte do mundo. O uso dessa rede social por empresas e instituições cresce cada vez mais. Isso acontece devido ao grande número de usuários que utilizam alguma rede social virtual. A cada compartilhamento feito um número maior de usuários passam a ter acesso a tal informação, podendo então disseminá-la ou não.

A disseminação de todo tipo de informação ocorre com freqüência na rede Facebook, desde os perfis pessoais a grupos especializados e páginas curtidas. Castro (2006, p.28) explica que:

Pelas características intangíveis do conhecimento e da informação, para que cada parte envolvida possa vir a interessar-se pelo que possui a outra – a fim de negociar, trocar – é necessário que haja a possibilidade de demonstrar ao outro o que se possui. Neste sentido, o processo que torna possível informar sobre a existência de um determinado conhecimento, é a disseminação, que é a informação sistematizada sobre um conhecimento especializado.

Nesta pesquisa atribuímos o termo ‘compartilhamento’ - utilizado pelo Facebook para propagar, com seus devidos créditos, qualquer publicação na rede – a ‘disseminação de informação’, pois independente do teor das informações que são compartilhadas. Ocorre assim à disseminação, sejam informações acadêmicas, empresariais ou publicações diversas. Apesar dos conceitos de disseminação de informações atribuírem a disseminação a informações geradas em instituições e empresas, seu significado também se atribui a difusão de informações cotidianas. Lara e Conti (2003, p. 26) explicam que “teoricamente, pela disseminação, busca-se oferecer informações úteis, mas o conceito de utilidade nem sempre é bem definido.

” Entende-se então que qualquer informação, por mais dispensável que pareça ser poder ter utilidade para um público específico.

Por haver grande fluxo de informações através da rede Facebook, o usuário se vê como seu próprio mediador na busca de informações. Simionato (2010, p.11) expõe que “a qualidade da disseminação da informação e do conhecimento depende do modo significativo de atuar do mediador [...]”, nesse caso o usuário de redes sociais torna seu próprio mediador. Na rede social Facebook, as informações que serão apresentadas pelos *feeds*⁶ podem ser selecionadas adicionando pessoas, fazendo parte de grupos de discussão e curtindo páginas, qualquer meio com assuntos pertinentes aos estudos acadêmicos, atividades diversas, ambiente de trabalho e etc. Carvalho (2001, p.1) explica que:

A disseminação da informação e do conhecimento depende de modo significativo do mediador, do profissional da informação que cada vez mais se destaca na filtragem da informação através da comunicação formal e informal. Originariamente, o profissional que atuava nessa área lidava com o livro, primeiro meio de comunicação importante. Era o bibliotecário. Com o avanço das tecnologias, essa condição se modifica e se incorporam novos suportes e novas atribuições decorrentes da complexidade das mudanças no campo da informação.

Atrelada às novas atribuições, estão à filtragem do tipo de informação que deseja receber nos *feeds* do Facebook feita pelo usuário.

O processo de disseminação depois de todo esse avanço tecnológico também sofreu mudanças e em outros fatores como afirma Carvalho (2001) é a inversão de um fator importante: o usuário vai à busca da informação disponibilizada (nesse caso, disseminada através do Facebook) ao invés da informação ser disseminada diretamente ao usuário, ou seja, não se procura mais informações apenas por ser pertinente ao usuário, este mesmo usuário tem acesso a informações de todos os tipos disseminadas a todo o momento em redes sociais ou não.

No âmbito acadêmico a disseminação é exercida através de eventos, congressos, e pelos cursos oferecidos pela própria universidade. Para controle do que são disseminadas – pelos meios tradicionais – as informações vêm acompanhada de suas referências. Uma rede em especial se faz presente nesse

⁶Feeds (‘alimentar’ em português) é uma ferramenta utilizada para recebimento de atualizações de sites ou blogs na internet, neste caso, empregada para designar as atualizações das pessoas com ligações a um usuário feita através da rede Facebook.

meio, a rede social *LinkedIn*, que é específica para conexões entre profissionais e muito utilizada por acadêmicos. Nessa rede a disseminação de informações acadêmicas é constante. Nesse meio, o uso da rede social Facebook também vem ganhando espaço, entre professores e alunos.

Um dos questionamentos dessa pesquisa é saber se, nesse número de compartilhamentos feitos através do Facebook, existe a disseminação de informação acadêmica, ou seja, a rede pode ser considerada uma ferramenta para disseminação de informações dessa natureza?

6 METODOLOGIA

Minayo e Sanches (1993) dizem que “O método é o fio condutor para se formular esta articulação’ entre o problema e os resultados”. Nesta etapa vamos apresentar onde e como foi realizada a pesquisa. Definindo o tipo de pesquisa, a população (universo da pesquisa), a amostragem, os instrumentos de coleta de dados e a forma como tabulamos e analisamos nossos dados (SILVA; MENEZES, 2005).

Tipo de pesquisa

Quando relacionada ao objeto, a pesquisa em questão classifica-se como pesquisa aplicada, pois, visa à solução de problemas com aplicação prática de estudos, ou seja, aplicamos um método com o público estudado para obter resultados para a problemática proposta; também é uma pesquisa descritiva, pois, descreve as características de um fenômeno, proporcionando uma nova visão sobre uma realidade existente, observando, analisando e registrando os fenômenos sem interferência por parte do pesquisador. Fundamentada em artigos, livros e periódicos esta pesquisa pode se classificada também como bibliográfica.

Coleta de dados

A coleta de dados é vital para o andamento da pesquisa, sem ela não é possível alcançar os resultados que embasam os objetivos apresentados. Como explica Silva; Menezes (2005): “a coleta de dados estará relacionada com o problema, a hipótese ou os pressupostos da pesquisa e objetiva obter elementos para que os objetivos propostos na pesquisa possam ser alcançados.” O levantamento foi aplicado com uma abordagem quantitativa através de questionários, utilizando ferramentas estatísticas tradicionais; e qualitativa através de entrevistas sem perguntas preestabelecidas, buscando a opinião dos usuários a cerca de questões avulsas contidas no questionário.

Instrumentos de coleta de dados

O questionário foi formulado com intuito de obter resultados sobre a aceitação tecnológica do Facebook e uma análise se a rede social serve como ferramenta para disseminação de informações acadêmicas. Após um pré-teste aplicado a outro curso

com as mesmas características do público-alvo, efetuamos possíveis correções acerca do conteúdo e estrutura. O questionário atende aos itens básicos de aplicação, incluindo solicitação de cooperação e instruções claras e objetivas de como o pesquisador deve proceder. Informa do que se trata a pesquisa, e as informações de classificação do respondente (CHAGAS, 2000). O questionário (APENDECE A) foi dividido em três etapas sendo elas:

- Etapa 1 – Conhecendo o usuário: Onde buscamos saber informações gerais a respeito do pesquisado. Contendo cinco questões de marcação única e uma escrita.
- Etapa 2 – Usuário e o Facebook: Nesta etapa está incluso afirmações sobre o relacionamento do usuário com o Facebook, e se é uma boa ferramenta para disseminação de informação. Incluindo quatro partes de marcações únicas e uma parte para marcações múltiplas.

Para análise das afirmativas contidas na Etapa 2, utilizamos a escala de Likert, que é “um tipo de escala de resposta psicométrica usada comumente em questionários”. Quando os pesquisados responderem a um questionário “baseado nesta escala, os respondentes especificam seu nível de concordância com uma afirmação” (SILVA, 2008). Nesse estudo foram empregados os seguintes níveis de afirmação na escala de Likert:

- Discordo plenamente;
- Discordo parcialmente;
- Nem concordo nem discordo;
- Concordo parcialmente;
- Concordo plenamente.

Além do questionário, outra forma de abordagem foi adotada para esta pesquisa, a entrevista. Neste caso a entrevista utilizada foi classificada como *entrevista informal*, ou seja, “simples conversação na obtenção de uma visão geral do problema pesquisado, bem como a identificação de alguns aspectos da personalidade do entrevistado” (GIL, 1995).

População e amostragem

A amostra é uma porcentagem relevante de elementos que pertencem ao universo/população. Nesta pesquisa fizemos uma amostragem sistemática, que “divide-se a escala de elementos em intervalos no número da amostra a ser retirada” (GIL, 1995), ou seja, “serão escolhidos os elementos de determinada posição aleatória em todos os intervalos.” Por ensinar seus estudantes a como coletar, organizar, tratar e disseminar informação, os alunos do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) foram escolhidos como universo da pesquisa. O curso contém 460 alunos ativos, ou seja, regularmente matriculados e cursando, mais os alunos com trancamento total ou com pendências de matrículas. Destes 460 ativos, contaremos apenas com 418 alunos regularmente matriculados e presentes em sala de aula. Ao todo 94 questionários foram aplicados, fazendo assim uma amostra de aproximadamente 23% em relação aos 418 alunos do curso de Biblioteconomia regularmente matriculados.

Tabulação e análise de dados

O processo de preparação dos dados requer atenção especial para que não afete o resultado final. Para isso verificamos, ao final, a quantidade de questionários, revisamos, tabulamos em números o valor de cada variável e analisamos os dados. Todos os resultados são apresentados no capítulo Análise de dados.

O Modelo de Aceitação Tecnológica (TAM) foi adotado para analisar o grau de aceitação tecnológica do Facebook, desse modo o Facebook será e é considerado como uma ferramenta tecnológica. Fazendo parte dos componentes da segunda etapa do questionário aplicado. Considerações sobre o TAM a seguir.

7 MODELO DE ACEITAÇÃO TECNOLÓGICA (TAM)

O *Technology Acceptance Model*, conhecida também como Modelo de Aceitação Tecnológica (TAM) estuda como uma ‘nova’ tecnologia será aceita pelos seus usuários. O modelo teoriza que existem dois fatores-chave para o uso corrente de uma tecnologia, são eles:

- A utilidade percebida: define quão útil o usuário acredita que aquela ferramenta seja no trabalho ou na sua vida.
- A facilidade de uso percebida: define o quanto o usuário acredita que aquela ferramenta tecnológica pode lhe poupar esforço.

Davis (1989) apud Silva (2008, p. 50) explica que:

As pessoas tendem a usar ou não uma tecnologia com o objetivo de melhorar seu desempenho no trabalho – utilidade percebida. [Contudo, mesmo que essa pessoa saiba que] uma determinada tecnologia é útil, sua utilização poderá ser prejudicada se o uso for muito complicado, de modo que o esforço não compense o uso – facilidade percebida.

Além do modelo TAM fundamentar-se nos dois construtos: a utilidade percebida e a facilidade de uso percebida, ambos mediados totalmente pelos efeitos das variáveis externas. Para Silva (2008, p. 56):

As variáveis externas formam a intenção comportamental de uso ou de não uso da tecnologia através do seu impacto entre utilidade percebida e facilidade percebida, por isso um dos principais efeitos do TAM é a de fornecer uma base para o rastreamento dessas variáveis. Em outras palavras poderíamos dizer que as variáveis externas fornecem uma melhor compreensão do que influencia a utilidade percebida e a facilidade de uso percebida.

Por isso o TAM foi projetado para entender a “relação causal entre variáveis externas de aceitação e o uso real do computador, buscando entender o comportamento destes usuários através do conhecimento da utilidade e da facilidade de utilização percebida por eles” (DAVIS, 1989 apud SILVA, 2008, p. 50).

Assim sendo a utilidade percebida está relacionada com a confiança em manusear tal sistema, acreditando que melhore seu desempenho no trabalho. Já a facilidade de uso percebida relaciona-se com o uso por falta de esforço para exercer

qualquer atividade. Apesar de não fazer parte dos constructos do TAM as variáveis externas são utilizadas apenas para obtermos maior exatidão nos resultados.

O modelo TAM surgiu de um contrato da *International Business Machines* (IBM) Canadá com o *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), na década de 1980, para avaliar o potencial de mercado para novos produtos da marca e possibilitar uma explicação dos determinantes da utilização de computadores (DAVIS; BAGOZZI; WARSHAW, 1989 apud SILVA, 2008, p.49). O TAM foi posposto por Davis para estudar o porquê dos usuários aceitarem ou não uma ferramenta informacional tecnológica. Com isso tinha a intenção de prever e aperfeiçoar o sistema para uma melhor aceitação (SILVA, 2008). Na pesquisa de Davis (1989) aplicada a um grupo de 112 usuários da IBM do Canadá e com 40 estudantes do MBA validou o TAM com a aceitação do software editor de texto (DAVIS, 1989; SÁ, 2006 apud. SILVA, 2008, p.49). Ainda segundo Silva (2008, p.49) “o modelo TAM tem a vantagem de ser específico para tecnologia da informação e tem uma forte base teórica, além do amplo apoio empírico [...]”.

No quadro a seguir atribuiremos a definição de cada constructo às afirmativas utilizadas no questionário, com variáveis adaptadas do trabalho de Davis (1989):

Quadro 3 – Constructos, definições, base conceitual e as afirmativas.			
Constructo	Definição	Base conceitual	Afirmativas
Utilidade percebida no Facebook	Define quão útil o usuário acredita que aquela ferramenta seja no trabalho ou na sua vida	Davis, 1989; Davis; Bagozzi,; Warshaw, 1989; Dillon; Morris, 1996; Venkatesh; Davis, 2000; Heijden, 2000; Venkatesh et al, 2003. Lee; Kozar; Larsen, 2003; Silva, 2005; Pires; Costa Filho, 2008.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ O Facebook é útil para as minhas atividades acadêmicas. ➤ O Facebook é muito útil para disseminar qualquer tipo de informação. ➤ O Facebook é útil porque me aproxima de pessoas com quem não tenho contato pessoal. ➤ O Facebook é útil para trabalho e/ou para estudo.
Facilidade de uso do Facebook	Define quanto o usuário acredita que aquela ferramenta tecnológica pode lhe poupar esforço	Davis, 1989; Venkatesh; Davis, 2000; Venkatesh et al, 2003.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Construí meu perfil no Facebook pela facilidade. ➤ Usar o Facebook é uma boa idéia ➤ O Facebook facilita minha vida social. ➤ Aprender a usar o Fa-

			cebook foi fácil pra mim.
Variáveis externas	Questões tais como design do sistema, características funcionais, estrutura do sistema, que influenciam nos constructos anteriores.	Legris; Inghamb; Collerete, 2003 Yarbrough; Smith, 2007.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ O Facebook atrapalha os meus estudos e/ou trabalho. ➤ Fiz um perfil no Facebook por indicação de amigos. ➤ Eu me confundo frequentemente utilizando o Facebook. ➤ Fiz o perfil no Facebook porque grande parte do meu meio social utiliza esta rede. ➤ O Facebook possui um visual atraente. ➤ É fácil pesquisar publicações e informações pelo Facebook. ➤ O Facebook é útil porque me aproxima de pessoas com quem não tenho contato pessoal

Fonte: Adaptado de Silva (2008, p.54-58).

Esse capítulo tem como objetivo descrever e analisar os dados coletados, apresentando os resultados quanto ao uso da rede social Facebook para o compartilhamento e disseminação de informações acadêmicas. Nesta análise, a primeira etapa é composta de questões acerca do perfil dos respondentes: os estudantes de Biblioteconomia da UFPB. A segunda etapa foi analisada a partir da escala de *Likert*, especificando o nível de concordância de cada afirmação do questionário com cinco itens, sendo eles:

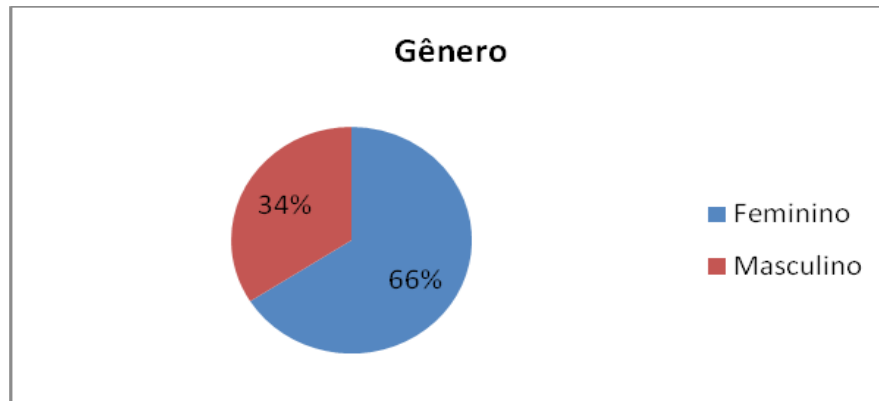
- Concordo plenamente;
- Concordo parcialmente;
- Não concordo e não discordo;
- Discordo parcialmente;
- Discordo plenamente.

Para fins de simplificação quanto a análise dos resultados, definimos que os itens 'concordo plenamente' e 'concordo parcialmente', estão numa mesma escala de resposta, e será considerada como uma resposta positiva. O item 'não concordo e não discordo' se coloca como a neutralidade dos respondentes e por fim os itens 'discordo parcialmente' e 'discordo plenamente' estão numa mesma escala de resposta, e será considerada como uma resposta negativa.

Etapa 01: Conhecendo o Usuário

Vemos de acordo com o Gráfico 2 que grande parte dos pesquisados são mulheres, com 66%. O curso de Biblioteconomia é considerado um curso com predominância feminina, tendo em vista que essa seja uma consideração empírica e sem embasamento teórico, o seguinte dado reflete a realidade do curso.

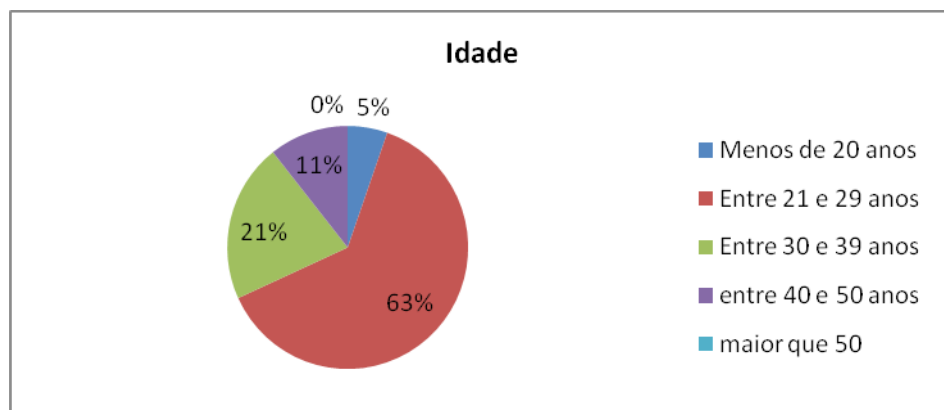
GRÁFICO 2 – Gênero



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

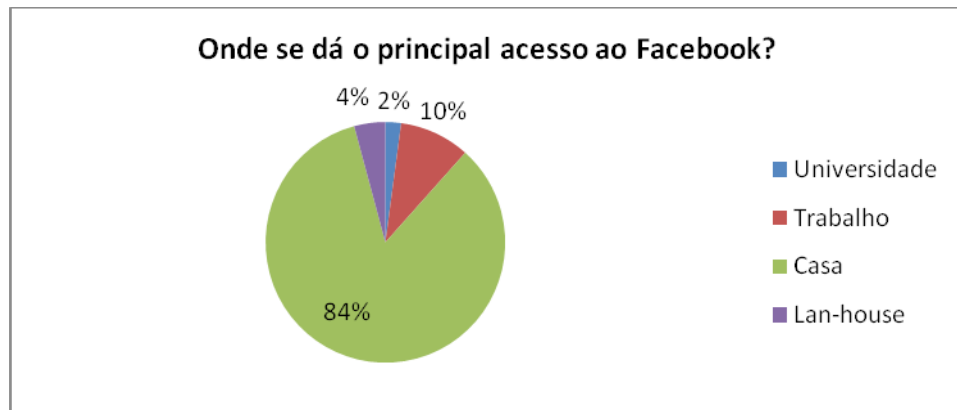
Ao questionarmos a idade dos respondentes percebemos que o curso é composto predominantemente por pessoas entre as faixas etárias de 21 e 29 anos, não fazendo parte da pesquisa nenhum estudante a cima dos 50 anos, como mostra o gráfico 3:

GRÁFICO 3 – Idade.



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Procuramos saber de onde se dava o acesso à rede social, o Facebook é acessado por 84% dos respondentes de casa. Esse percentual alto pode ter vários motivos, uma delas é a proibição do acesso não apenas ao Facebook, mas a outras redes sociais e sites de bate papo no ambiente de trabalho. Neste caso o Facebook é visto como uma distração e não como uma ferramenta para estudo ou trabalho. Observe Gráfico 4:

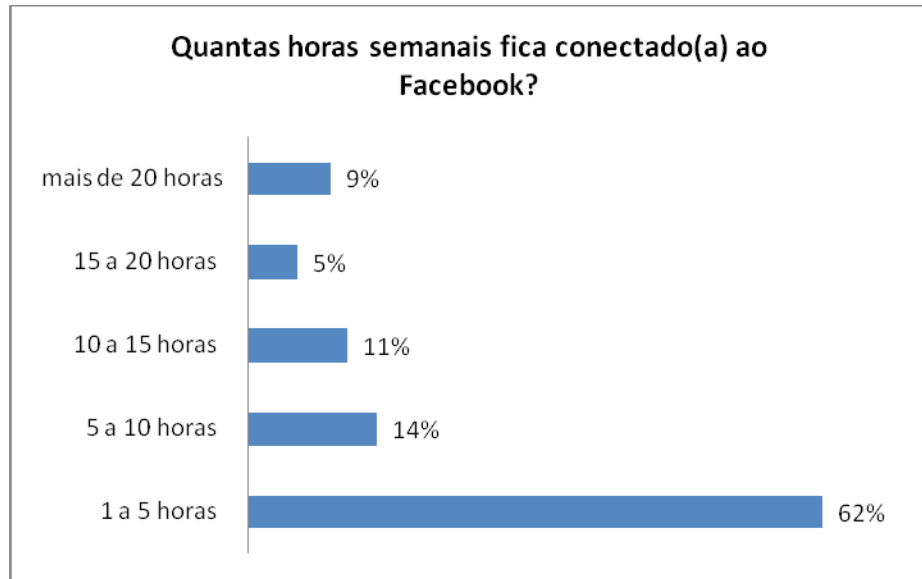
GRÁFICO 4 – Principal acesso ao Facebook.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Além de saber onde se dava o acesso ao Facebook, procuramos perceber o tempo médio que cada respondente ficava conectado à rede, vimos que 62% dos pesquisados de acordo com o Gráfico 5 frequentam o Facebook de 1 a 5 horas por semana, ou, 8 a 40 minutos de acessos diários. Um dos pesquisados justifica da seguinte forma:

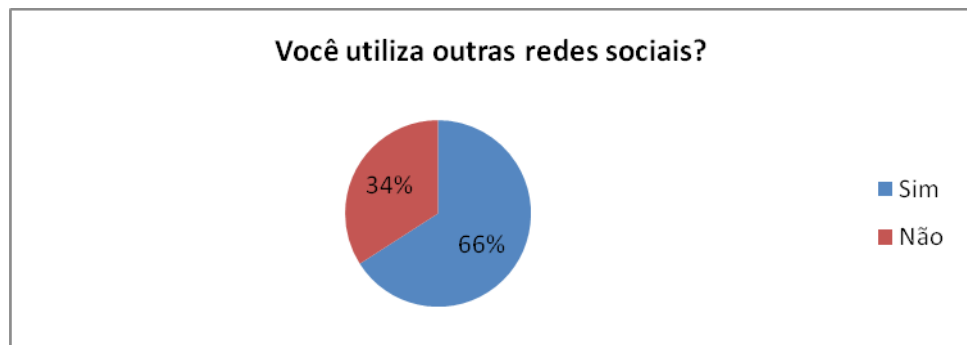
“Quería acessar o Facebook mais vezes, mas tenho estágio pela manhã, monitoria à tarde e aula à noite, no fim só me sobra tempo para acessar quando chego em casa.”

Percebemos assim, que um dos motivos pelo pouco tempo de acesso ao Facebook, e também, a razão de grande parte dos acessos serem realizados em casa, se dá provavelmente por todos os horários do dia ser preenchidos com tarefas relativas ao trabalho ou estudo.

GRÁFICO 5 – Horas semanais de conexão ao Facebook.

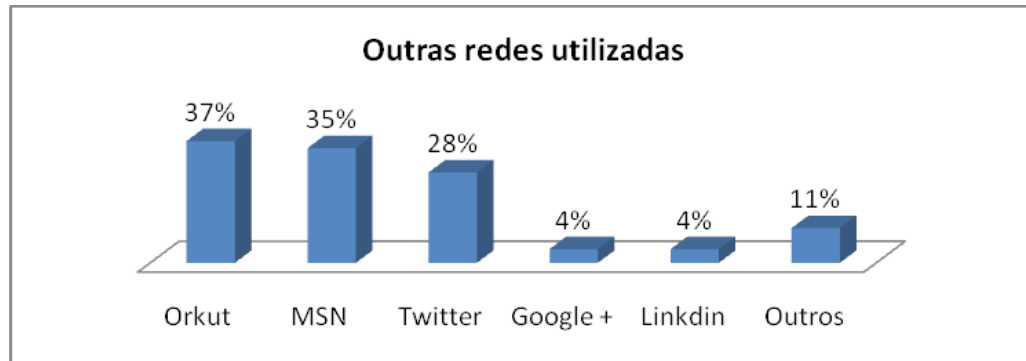
Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Além do Facebook, os respondentes também utilizam outras redes sociais, como mostra o Gráfico 6, e quais são as outras redes sociais utilizadas. Também verificamos que outra forma de comunicação via Internet foram citadas. Visto no gráfico 7 como rede social, apesar de não se enquadrar na categoria, entre elas o MSN, Nimbuzz e What app.

GRÁFICO 6 – Utilização de outras redes sociais.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Com isso, percebemos que o público estudado confunde-se sobre o que realmente seja uma rede social, pontuando os bate-papos instantâneos e videoconferências nesta categoria.

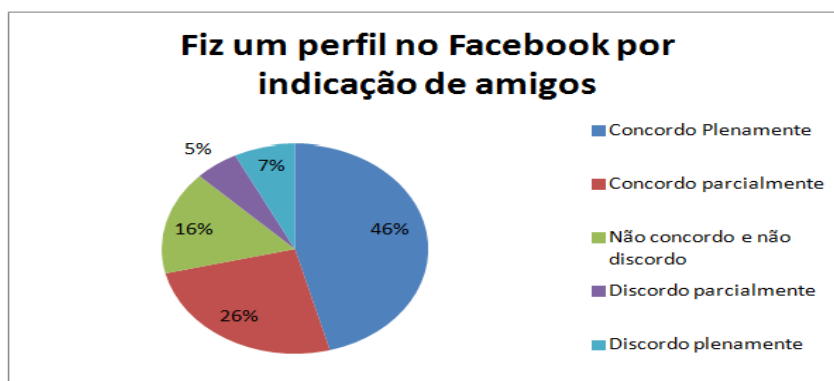
GRÁFICO 7 – Outras redes utilizadas.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Etapa 02: O Usuário e o Facebook

- Parte 1: Primeiro contato com a rede.

Procuramos entender os motivos pelos quais os respondentes ingressaram no Facebook, e sugerimos na questão que a indicação de amigos seria um fator predominante. No Gráfico 8 percebemos que 46% e 26% dos entrevistados entraram na rede por indicação de amigos. É importante observar que a variável externa – amigos – exercer uma forte influência na utilização da ferramenta Facebook.

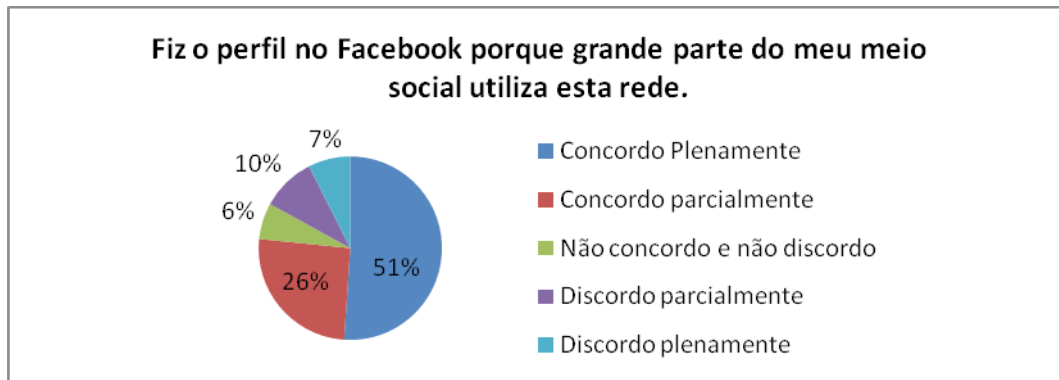
GRÁFICO 8 – Perfil do Facebook feito por indicação de amigos.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Questionamos também se mesmo não havendo indicação dos amigos, como visto no gráfico 8, existia uma outra variável impulsionando os respondentes dos

questionados a possuir um perfil no Facebook. No Gráfico 9 vemos que 51% e 26% dos usuários sente a necessidade de construir um perfil na rede social Facebook para não se sentir excluído, uma vez que grande parte do seu meio social o utiliza:

GRÁFICO 9 – Perfil do Facebook feito por conter grande parte do meio social utilizar.



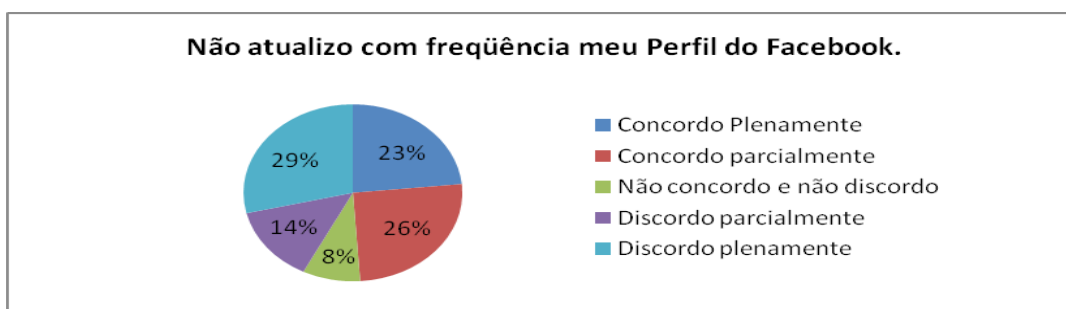
Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Procuramos entender qual intensidade de atualização de seus perfis que os participantes da pesquisa se inserem. No Gráfico 10, notamos que 23% e 26% dos pesquisados não costumam atualizar seu perfil do Facebook com frequência, como mostra a fala a seguir:

“Não atualizo muito o Facebook porque não tenho tempo e nem paciência”

Aqui percebemos que o que leva o respondente a afirmar ter um perfil no Facebook é apenas para ter um espaço na rede social, como uma espécie de modismo, não havendo razão para tal atividade.

GRÁFICO 10 – Perfil do Facebook não atualizado com frequência.

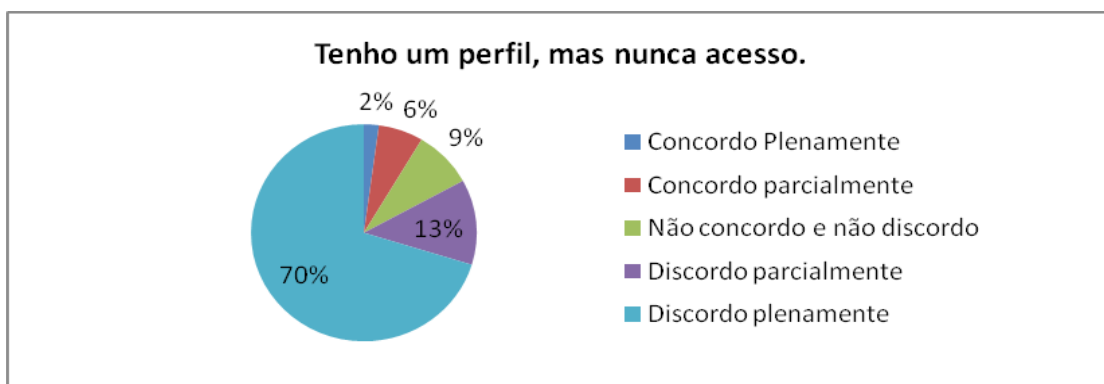


Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Apesar de a atualização ser esporádica, o simples acesso ao Facebook é feito constantemente por 70% e 13% dos estudantes pesquisados, como segue no Gráfico 11, o que corrobora com a fala a seguir:

“Não atualizo muito, entro no Facebook mais para saber as novidades.”

GRÁFICO 11 – Perfil do Facebook sem acesso.

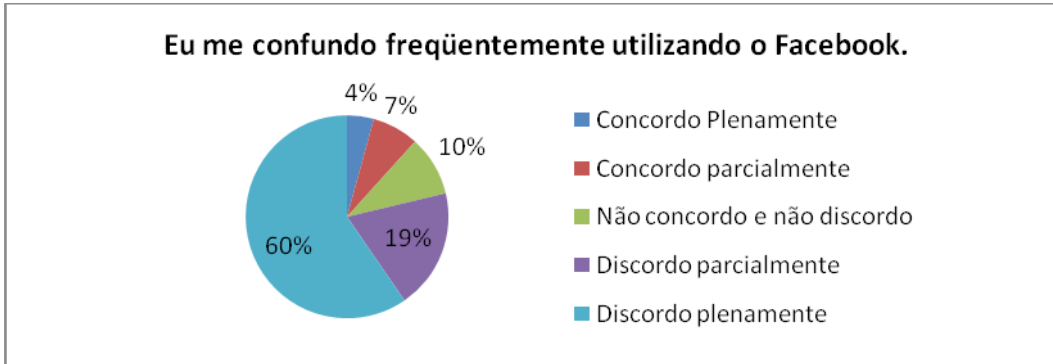


Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

O Facebook é uma rede social cheia de opções de privacidade e vasta opções de configurações para conta⁷, tudo isso inclui desde as ações como ‘excluir amigos’ ou ‘mudar a senha’, até mesmo excluir sua própria conta da rede. A atualização não é constante, contudo o acesso às configurações e o manuseio das mesmas é praticado por 60% e 19% dos pesquisados como apresenta o gráfico 12.

GRÁFICO 12 – Confusão no momento de uso do Facebook.

⁷ Para construir um perfil no Facebook o usuário precisa fazer um cadastro, a partir desse cadastro o usuário adquire uma conta no Facebook, nesta conta vão constar informações que não aparecem no perfil público.

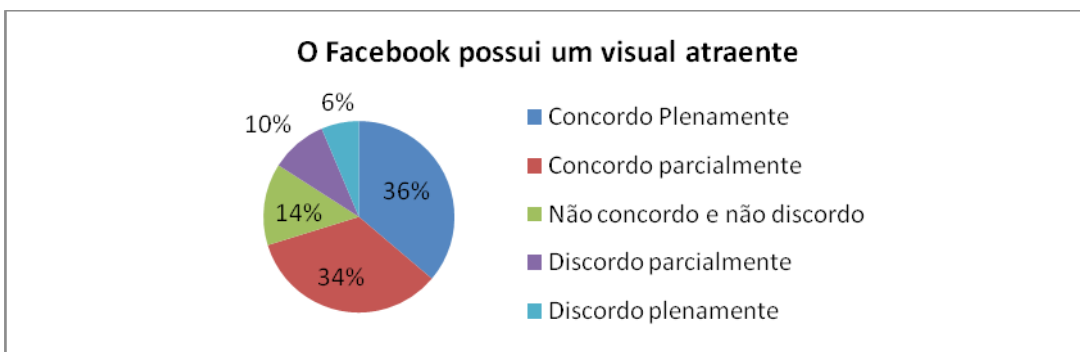


Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

- Parte 2: Interface.

Gabriele (2007, p. 44) explica que uma “interface se constitui de uma listagem dos itens de conteúdo do *website*, com opções para criar, editar ou excluir conteúdo, bem como funcionalidades de busca e navegação entre os registros”, representando então um dos principais componentes da estrutura da rede, pois através dela os usuários encontram os elementos necessários para a navegação e a utilização dos serviços que são oferecidos (MAGALHÃES et al, 2010). No Gráfico 13 comprovamos que 36% e 34% dos pesquisados gostam muito ou parcialmente do ‘visual’ ou interface da rede social Facebook.

GRÁFICO 13 – O Facebook possui um visual atraente.

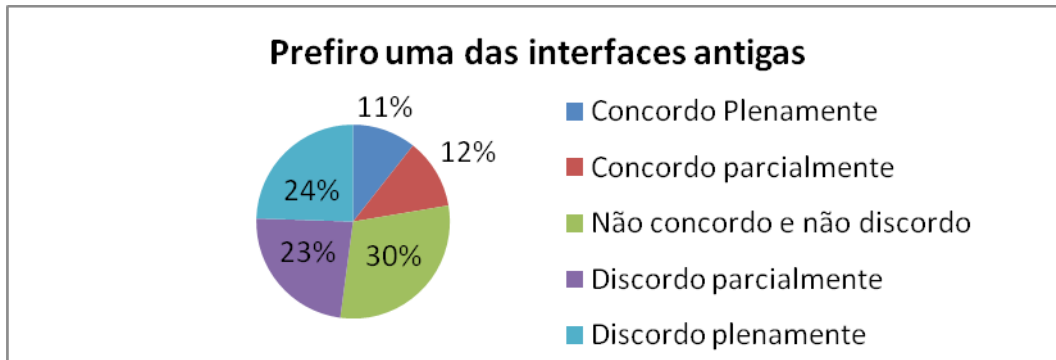


Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Perguntamos aos respondentes a respeito da preferência com relação às interfaces antigas da ferramenta. Nesse sentido é importante pontuar que a mudança de interface mais drástica sofrida pelo Facebook, ocorreu com a adesão da ‘Linha do tempo’ ou *Timeline*, em uso atualmente, onde todo conteúdo é publicado e pode ser recuperado através de uma linha do tempo. No gráfico 14, 24%

e 23% concordam que a *Timeline* é a melhor interface, ou seja, a metade do público pesquisado prefere a interface atual.

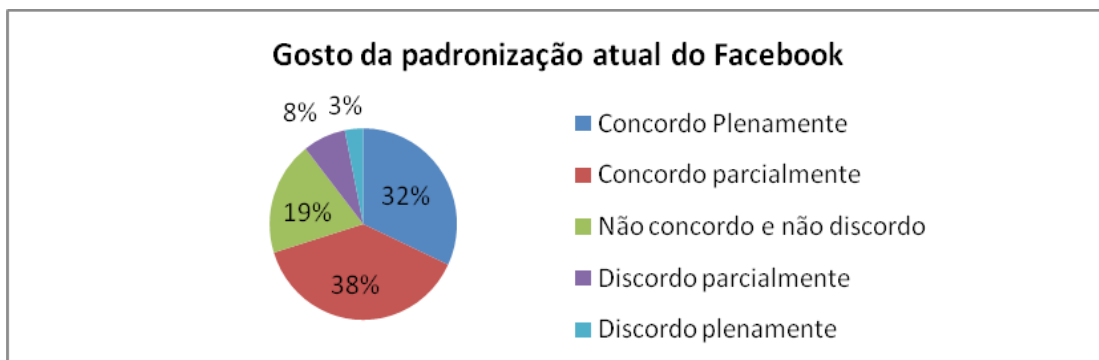
GRÁFICO 14 – Preferência por uma das interfaces antigas do Facebook.



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Diferente de redes sociais como o *Orkut* ou *Twitter*, o Facebook não permite troca de cores, temas, ou mudanças de plano de fundo. A cor do perfil é padrão para todos, 38% e 32% dos pesquisados gostam de total e parcialmente desta padronização, como segue no Gráfico 15.

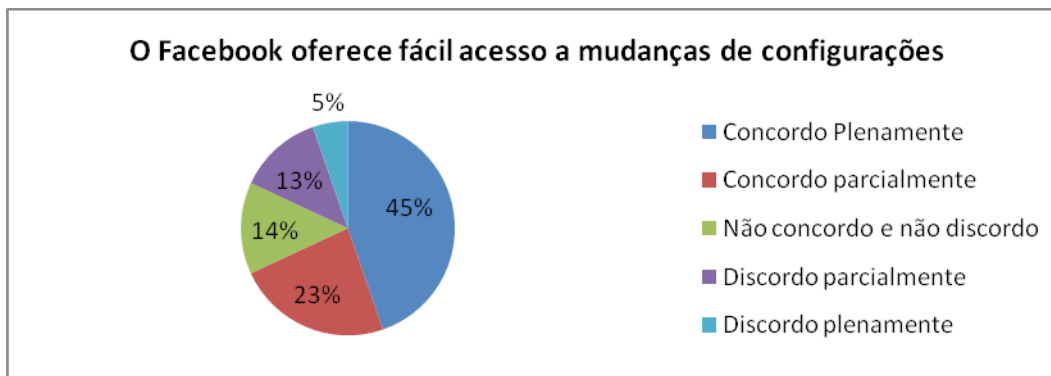
GRÁFICO 15 – Padronização atual do Facebook.



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

No Gráfico 15, 45% e 23% concordam que não é difícil executar mudanças de configurações na rede Facebook, dentre eles incluem: Trocar senha, trocar e-mail, privar fotos e novas postagens, excluir e adicionar amigos, receber ou não atualizações de 'amigos', criação de grupos de amigos específicos, dentre outros. Esse percentual se encontra equivalente às pessoas que não se confundem utilizando o Facebook, como visto no Gráfico 10, ou seja, sabem manusear mudanças de configurações.

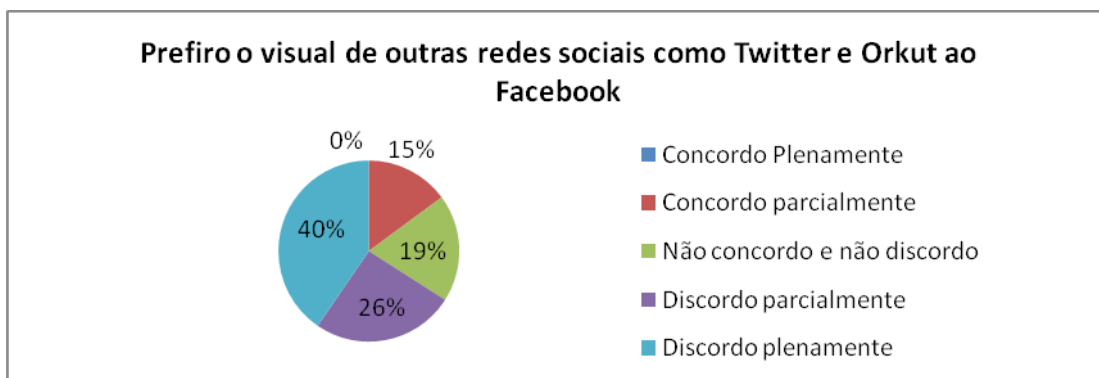
GRÁFICO 16 – Fácil acesso as mudanças de configurações do Facebook.



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Questionamos sobre a preferência de visual/interface de outras redes sociais, tais como o *Twitter* e o *Orkut*. 40% e 26% preferem o visual/interface do Facebook como mostra o Gráfico 17.

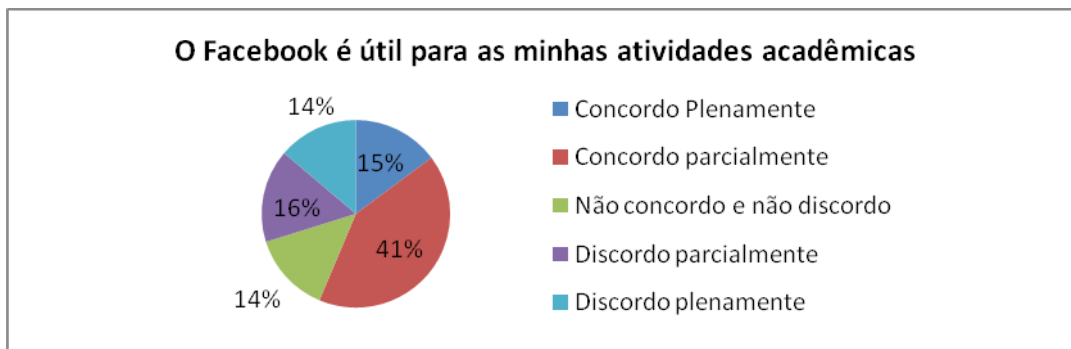
GRÁFICO 17 – Preferência pelo visual de outras redes.



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

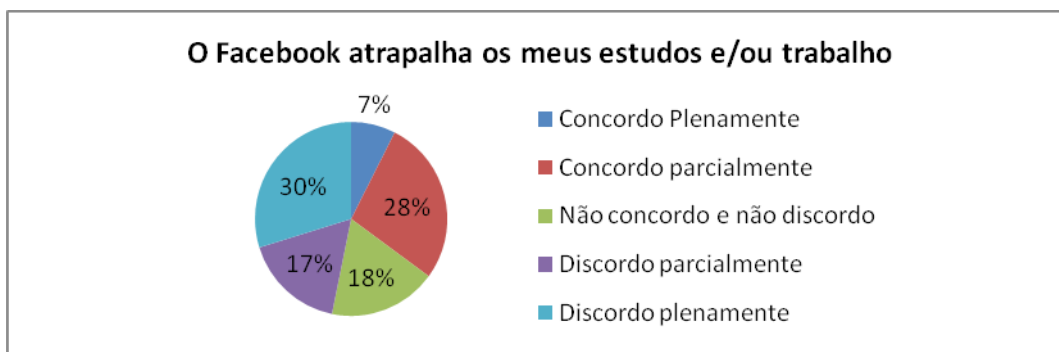
- Parte 3: Utilidade percebida.

Questionamos sobre a utilidade do Facebook no que diz respeito às atividades acadêmicas. Nesta pesquisa foram consideradas atividades acadêmicas manifestações relacionadas à Universidade e ao curso de Biblioteconomia, objetivando enriquecer a formação acadêmica. Dos alunos pesquisados, 41% e 15% como vemos no gráfico 18, concorda que a rede seja útil para disseminação de informações dessa natureza.

GRÁFICO 18 – Facebook útil para atividades acadêmicas.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

No que diz respeito à rede social atrapalhar os estudos e/ou o trabalho, no Gráfico 19, percebemos que surge quase um empate técnico onde 28% dos pesquisados afirmam que o Facebook atrapalha e 30% afirmam que não. Aqui se juntarmos as afirmações, discordo parcialmente e discordo plenamente, teremos um percentual de 47% e se juntarmos as afirmações de concordo plenamente e concordo parcialmente chegaremos a 35%, então poderemos analisar a resposta como sendo que os entrevistados não consideram que a rede social atrapalha os seus estudos e /ou trabalho.

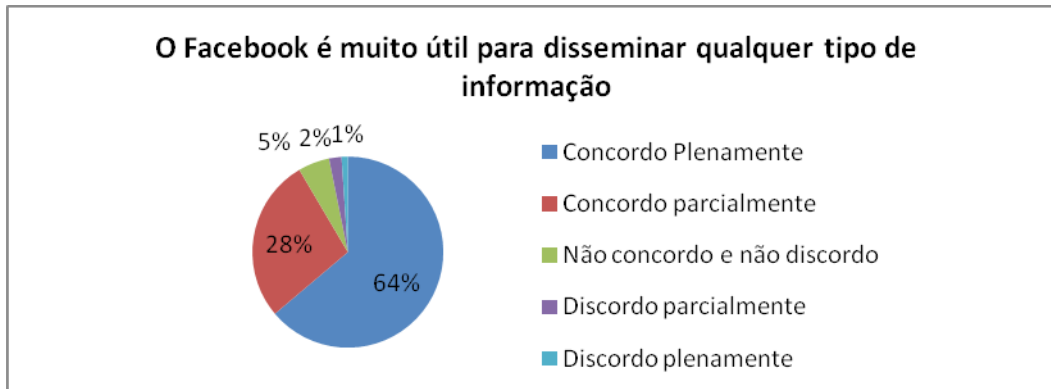
GRÁFICO 19 – Facebook atrapalha estudos e/ou trabalho.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Procuramos saber se os respondentes visualizavam o Facebook como uma ferramenta de utilidade para disseminar qualquer tipo de informação. No Gráfico 20, 64% e 28% concordam que o Facebook é muito útil para disseminação de informação de qualquer natureza. Com um número de acessos elevados, o Facebook se torna um diário pessoal, onde vemos atualizações de amigos

adicionados e páginas curtidas, basta uma postagem para que a disseminação seja praticada, mesmo em um perfil com poucas ligações de amigos. Essa disseminação também acontece através dos compartilhamentos de *status*⁸, fotos, notícias e etc.

GRÁFICO 20 – Facebook é muito útil para disseminar qualquer tipo de informação.



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Perguntamos os pesquisados se o Facebook era útil por mantê-los em contato com pessoas distantes de onde residem. Eles concordaram que a rede mantém as pessoas conectadas, principalmente com pessoas que não há um relacionamento direto, face a face. 62% e 29% acreditam que o Facebook serve como elo com quem está longe, veja o gráfico 21.

GRÁFICO 21 – Facebook útil porque os aproximam pessoas distantes.



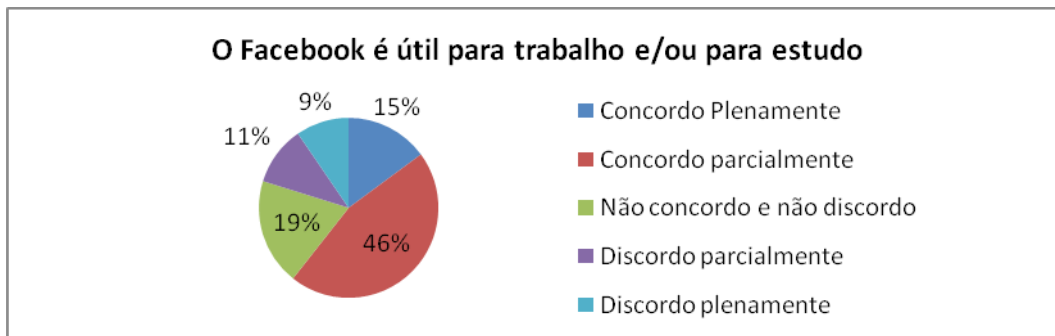
Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

⁸ A palavra 'status' no Facebook se refere a mensagem ou frase que indique através do perfil em que estado, situação ou condição o usuário se encontra.

Para os estudantes de Biblioteconomia, o Facebook é útil para o estudo e o trabalho, como confirma 46% e 15% dos pesquisados no gráfico 22 e o depoimento a seguir:

“Hoje uso mais o Facebook do que o MSN, já fiz trabalhos em grupo utilizando a ferramenta de bate-papo do Facebook.”

GRÁFICO 22 – Facebook útil para trabalho e/ou estudo.

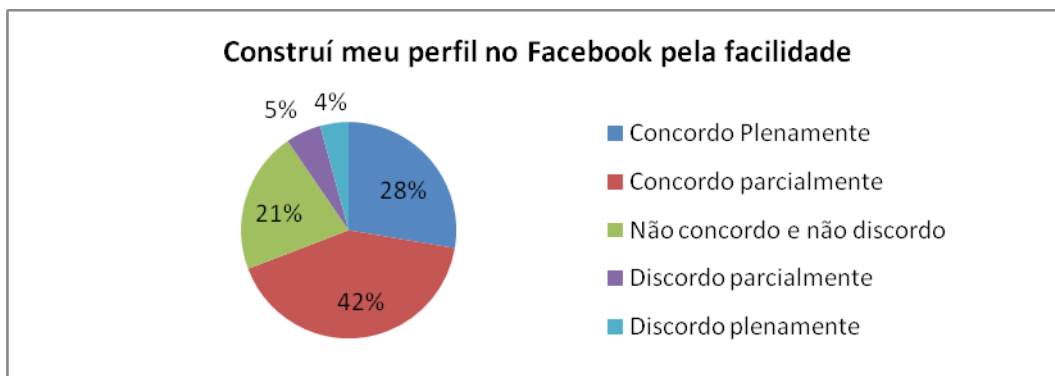


Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

- Parte 4: Facilidade de uso.

A facilidade foi um dos motivos para a construção de perfil do Facebook para 42% e 28% dos pesquisados, como mostra o gráfico 23. Acreditamos que o que contribua para esse percentual, seja o fato do Facebook oferecer de forma clara e objetiva, todos os passos para construção de um perfil, além de um ‘tour’ explicando como se deve proceder com a primeira postagem e outras atividades.

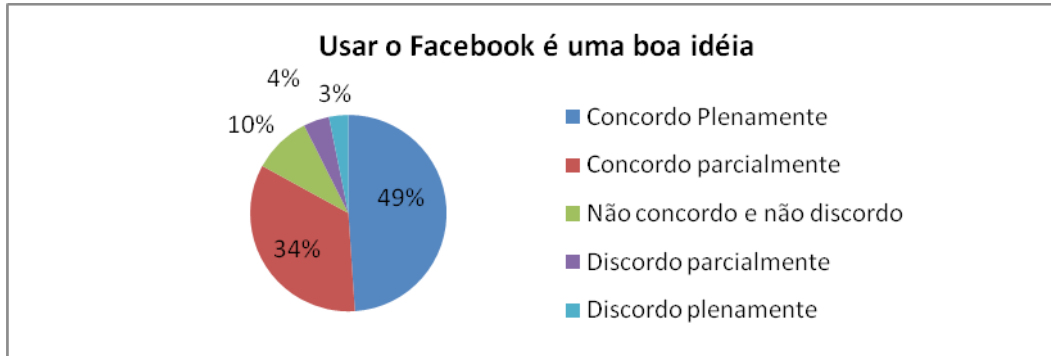
GRÁFICO 23 – Perfil no Facebook construído pela facilidade.



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Independente do motivo, usar o Facebook para 49% e 34% dos estudantes foi uma boa ideia, observe o gráfico 24.

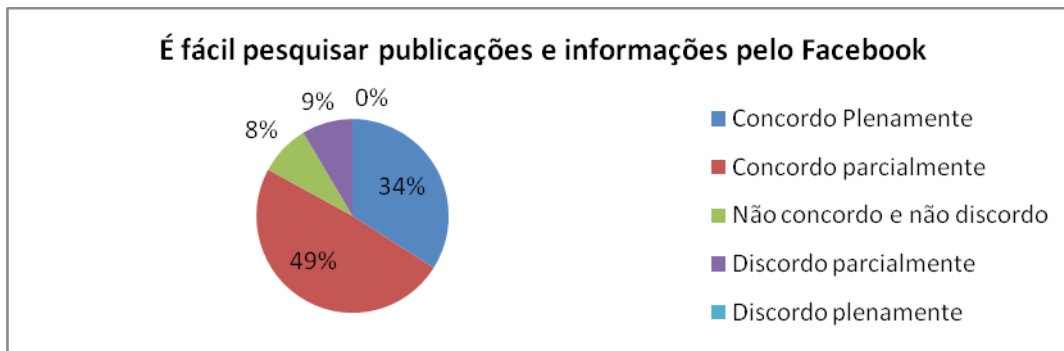
GRÁFICO 24 – Usar o Facebook é uma boa idéia.



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Quando um usuário do Facebook pretende localizar amigos, páginas de pessoas ou empresas, grupos e publicações em grupos, a ferramenta de busca se mostra eficiente, tendo um retorno imediato. Os dados do gráfico 25 mostram que 49% e 34% concordam que a busca de informações seja fácil através do Facebook.

GRÁFICO 25 – Facilidade em pesquisar publicações e informações pelo Facebook.



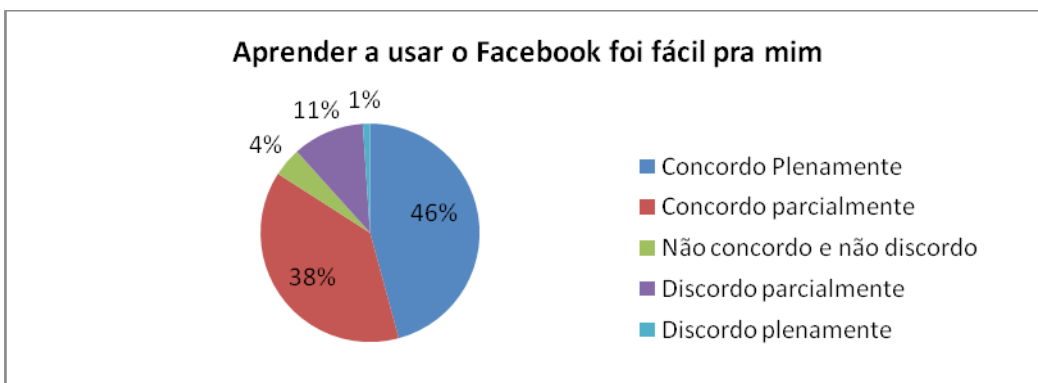
Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

O objetivo da rede social, segundo o próprio Facebook é “de conectar as pessoas”. O Gráfico 26 mostra que 38% e 34% dos respondentes concordam que a rede facilita sua vida social.

GRÁFICO 26 – Facebook facilita a vida sua social.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Perguntamos se aprender a utilizar o Facebook foi fácil para os respondentes, observamos no gráfico 27 que 46% e 38% dos pesquisados afirmam que não tiveram dificuldades em aprender a usar o Facebook.

GRÁFICO 27 – Aprender a usar o Facebook foi fácil.

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

- Parte 5: Disseminação da informação. (“No meu Facebook compartilho...”)

Ao final do questionário procuramos saber que tipos de informações são compartilhados no *Facebook*. Observamos que todos os tipos de informação citadas têm seu percentual de compartilhamento, contudo, conforme mostrado no gráfico 28, as informações que aparecem sobre compartilhamento são:

- 1º – Outros (Músicas, vídeos, poesias, piadas, etc.);
- 2º – Informações pessoais;

- 3º – Avisos da UFPB (Ex: Calendário letivo, eleições, eventos, etc.);
- 4º – Informações relacionadas ao curso (Ex: Datas de provas, reuniões, etc.);
- 5º – Eventos científicos (Congressos, encontros, seminários, etc.);
- 6º – Informações relacionadas ao trabalho
- 7º – Artigos Científicos.

GRÁFICO 28 – Informações compartilhadas no Facebook.

“No meu Facebook Compartilho...”



Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Nesse sentido observamos que o público pesquisado se utiliza da rede social Facebook, para disseminar informações de cunho pessoal 71,2% e/ou entretenimento 90,4%, sendo os assuntos relacionados às informações acadêmicas disseminados de forma muito acanhada.

9 CONCLUSÃO

É importante afirmar que toda pesquisa possui algum tipo de limitação, seja teórica ou prática. Consideramos como limitação desse estudo o fato de termos verificado apenas as percepções de uma amostra, não extraindo em particular as experiências dos sujeitos e nem todas as características do objeto de estudo. Assim ao analisarmos todos os dados, podemos afirmar que:

Etapa 1 – Conhecendo o usuário

- ❖ Os respondentes são predominantemente do sexo feminino e estão na faixa etária entre os 21 e 29 anos, o acesso à rede Facebook se dá em sua grande maioria em casa e que o tempo médio conectado é de 1 a 5 horas por semana. Que além do Facebook os respondentes utilizam outras redes sociais e dentre essas o *Orkut* tem um percentual de 37% de adeptos, embora a ferramenta de bate-papo MSN tenha sido pontuada.

Etapa 2 – Usuário e o Facebook

- ❖ No que diz respeito ao primeiro contato com a rede social, a indicação de amigos, seja por solicitação ou por esses amigos já se encontrarem conectados ao Facebook, se mostra como uma **influência externa** muito grande, contudo fazer um perfil não significa estar o atualizando, embora a maioria saiba fazer as configurações necessárias para tais especificidades da ferramenta.
- ❖ Ao verificarmos a interface/visual do Facebook com relação aos respondentes, percebemos que os mesmos gostam da interface atual, mesmo essa interface não permitindo troca de cores, padronizações pessoais, entre outras particularidades. Características funcionais do Facebook e as estruturas da ferramenta são consideradas como **influências externas**.
- ❖ Com relação à utilidade percebida da ferramenta, no que diz respeito às atividades acadêmicas, os pesquisados se colocaram como sendo útil para o estudo e/ou trabalho, compreendendo, inclusive, a utilidade em disseminar qualquer tipo de informação. Contudo se verificou um número grande de respondentes que creditam que a rede social

também atrapalha os estudos e/ou trabalho, ou seja, é útil, mas atrapalha. Observamos que nesse tópico **utilidade percebida** alguns entrevistados se colocaram adverso com o comportamento de utilizar o Facebook no que diz respeito a melhorar o seu desempenho no estudo e/ou trabalho.

- ❖ Ao verificarmos a facilidade de uso do Facebook, os alunos pesquisados colocam que a construção do perfil se deu por ser fácil fazê-lo e se mostra como uma boa ideia ter uma conta/perfil, indicam ainda que seja fácil pesquisar informações e publicações e que facilita a vida desses no que diz respeito à vida social, ou seja, de conectar pessoas. Revelaram também que foi fácil aprender a usá-lo. Observamos que a **facilidade de uso** percebida mostra um total conhecimento sobre a ferramenta Facebook, de modo que não há a necessidade de treinamentos, tutoriais ou maiores habilidades para a sua utilização, reduzindo, portanto, o esforço para a compreensão e utilização.
- ❖ Ao compartilhar no Facebook, nossa amostra pesquisada nos informa que, entretenimento e assuntos pessoais ainda estão no *ranking* dos assuntos mais disseminados e as informações acadêmicas se apresentam ainda incipientes. Acreditamos que outras redes sociais, para fins acadêmicos, estejam cumprindo tal papel na Internet, contudo já visualizamos no Facebook uma direção nesse sentido, pois estão surgindo diariamente perfis de eventos científicos, de estudos dirigidos a determinadas áreas do conhecimento, de revistas, disseminando informações acadêmicas. Cabe aos usuários do Facebook, de forma geral, fazer com que essas informações sejam compartilhadas e assim disseminadas.

Finalmente afirmamos que trabalhos posteriores podem estabelecer comparações entre diferentes tipos de indivíduos que possuem perfis no Facebook, embora existam as limitações já mencionadas, o estudo ajuda a compreender como a rede social Facebook pode ser aceita ou não no que diz respeito à disseminação de informações acadêmicas.

REFERÊNCIAS

- BILTON, Nick. AOL Slashes Staff at AIM Unit; Wider Cuts Expected. **Bits blog The New York Times**. 2012. Disponível em: <<http://bits.blogs.nytimes.com/2012/03/13/aol-slashes-more-than-40-jobs-with-more-expected/>>. Acesso em: 08 jun. 2012.
- BRITO, Jorgivania; SILVA, Patrícia. A biblioteca 2.0 e suas ferramentas de colaboração e interação: como aplicá-las no fazer bibliotecário? **Biblionline**, João Pessoa, v. 6, n. 1, p. 149-159, 2010.
- BOYD, Dannah M; ELLISON, Nicole B. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Indiana, v. 13, n. 1, out. 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 26 abr. 2012.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=nCKFFmWOnNYC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 08 out. 2012.
- CASTRO, Alexandre Camargo. **Produção e disseminação de informação tecnológica: a atuação da Inova – Agência de Inovação da UNICAMP**. 2006. 97 p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Pontifícia Universidade Católica de Campinas, São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.puc-campinas.edu.br/tde_arquivos/2/TDE-2007-02-28T072126Z-1261/Publico/Alexandre%20Camargo%20Castro1.pdf> . Acesso em: 04 nov 2012.
- CARVALHO, Kátia de. Disseminação da informação e informação de inteligência organizacional. **Data Gram Zero - Revista de Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v.2, n.3, 2001. Disponível em: <http://www.datagramzero.org.br/jun01/Art_04.htm>. Acesso em: 04 nov.2012.
- CHAGAS, Anivaldo Tadeu Roston. O questionário na pesquisa científica. **Administração on-line**. São Paulo: FECAP, v. 1, n. 1, 2000. Disponível em: <http://www.fecap.br/adm_online/art11/anival.htm>. Acesso em: 20 out. 2012.
- COMSCORE. **Facebook Blasts into Top Position in Brazilian Social Networking Market Following Year of Tremendous Growth**. 2012. Disponível em: <http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2012/1/Facebook_Blasts_into_Top_Position_in_Brazilian_Social_Networking_Market>. Acesso em: 08 maio 2012.
- COSTA, Rogério da. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. **Interface (Botucatu) [online]**. 2005, vol.9, n.17, pp. 235-248, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/icse/v9n17/v9n17a03.pdf>> Acesso em: 04 nov 2012

DIAS, Guilherme Ataíde et al. Relações de colaboração entre os programas de pós-graduação stricto sensu brasileiro na área da ciência da informação: modelagem baseada em grafos e programas de infometria. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11, 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://enancib.ibict.br/index.php/xi/enancibXI/paper/view/342/147>>. Acesso em: 20 out. 2012.

DICIONÁRIO INFORMAL. Socialização. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/socializa%C3%A7%C3%A3o/>>. Acesso em: 08 out. 2012.

DRUMGOOLE, Joe. **Web 2.0 vs Web 1.0**. Copacetic, 2006. Disponível em: <<http://blog.joedrumgoole.com/2006/05/29/web-20-vs-web-10/>>. Acesso em: 28 set. 2012.

FACEBOOK NEWSROOM. Disponível em: <<http://newsroom.fb.com/>>. Acesso em: 4 maio 2012.

FERREIRA, Aurélio B. de Hollanda. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

FREEMAN, Linton C. **Some antecedents of social network analysis**. Connections, v. 19, n. 1, p. 39-42, 1996.

GABRIELI, Leandro; CORTIMIGLIA, Marcelo; RIBEIRO, José Luis. Modelagem e avaliação de um sistema modular para gerenciamento de informação na Web. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 36, n. 1, p. 35-53, jan./abr. 2007 Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v36n1/a03v36n1.pdf>>. Acesso em: 27 out. 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1995. Disponível em: <<http://www.das.ufsc.br/~andrer/ref/bibliogr/pesq/pesq1.htm#cap8>>. Acesso em: 20 out. 2012.

GRUYER, Vincent. **Definition web 1.0, web 2.0 et web 3.0**. Tutorial communication Web video. 2009. Disponível em: <<http://www.tutorials-computer-software.com/2009/10/definition-web-10-20-et-30.html>>. Acesso em: 12 out. 2012.

LARA, Marilda Lopes Ginez de; CONTI, Vivaldo Luiz. Disseminação da informação e usuários. São Paulo em perspectiva. São Paulo, v. 17, n. 3, 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v17n3-4/a04v1734.pdf>> Acesso em: 04 nov. 2012

LINKEDIN PRESS CENTER. **Linkedin facts**. Disponível em: <<http://press.linkedin.com/content/default.aspx?NewsAreaId=29>>. Acesso em: 4 maio 2012.

MAGALHÃES, Cleyton et al. Avaliação da Interface das Redes Sociais Mais Populares do Brasil. In: ENCONTRO DE TECNOLOGIA E NEGÓCIOS, 2., Serra Talhada, 2012. **Anais...** Serra Talhada: Unidade Acadêmica de Serra Talhada da UFRPE, 2012. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/38125348/Avaliacao-da-Interface-das-Redes-Sociais-Mais-Populares-do-Brasil>>. Acesso em: 27 out. 2012.

MARTELETO, Regina Maria. Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 27-46, jan./dez. 2010.

MATHEUS, Renato Fabiano; SILVA, Antônio Braz de Oliveira e. Análise de redes sociais como método para a Ciência da Informação. **DataGramZero - Revista de Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, abr. 2006. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/abr06/Art_03.htm>. Acesso em: 24 abr. 2012.

MENDES, Andréia Lúcia Lara. **A contribuição da análise de redes sociais na gestão da informação nas organizações**: um estudo de caso. 2006. 130 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2006.

MINAYO, Maria Cecília de S; SANCHES, Odécio. Quantitativo-Qualitativo: Oposição ou Complementaridade? **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 9, n.3, jul/set, 1993. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csp/v9n3/02.pdf>> Acesso em: 03 nov 2012.

MUSSER, John; O'REILLY, Tim. **Web 2.0: Principles and best Practices**. O'Really radar: 2006. Disponível em: <http://oreilly.com/catalog/web2report/chapter/web20_report_excerpt.pdf>. Acesso em: 13 out. 2012.

NASCIMENTO, Maria Inês Santos do. **A contribuição das redes sociais na disseminação da informação**: estudo de caso do linkedin com profissionais da informação. 2011. 102f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia). Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2011. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=Eb59DfYOI8QC&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 04 nov 2012.

ODELLI, Taize. **O Efeito Facebook, de David Kirkpatrick**. Rizenhas. 2011. Disponível em: <<http://rizenhas.com/2011/02/14/resenha-o-efeito-facebook-de-david-kirkpatrick/>>. Acesso em: 08 ago. 2012.

OLIVEIRA, Maria Odaisa Espinheiro de. **A disseminação de informação em bibliotecas virtuais de universidades amazônicas**. [Repositório Institucional do Sistema CFB/CRB](#). Belém, 2010. Disponível em: <https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:g45u-0db_wEJ:repositorio.cfb.org.br/bitstream/123456789/395/1/Odaisa.pdf+&hl=pt-

PT&pid=bl&srcid=ADGEESjLIGIUChsTTtzRdrY_djLOqPpF4YrQgmJgoMSZrfUNnJFaJb42FS78xUtELMbcEHO-K6YxLM1N8N5V_S6DLI3uD3sxXY83h2wOA8Z_BDTv54ixRr6bZErRIHY4vaDf_-GlyCoM&sig=AHIEtbQT8DAHB1xB1toLrWbLMUwUBvYrqA> Acesso em: 04 nov 2012.

OLIVEIRA, Natanael. **A história das redes sociais**. 2011. Disponível em: <<http://www.natanaeloliveira.com.br/a-historia-das-redes-sociais/>>. Acesso em: 17 abr. 2012.

ORKUT. **Sobre o Orkut**. Disponível em: <<http://www.orkut.com/MembersAll>>. Acesso em: 4 maio 2012.

RADWANICK, Sarah. **Facebook Continues its Global Dominance, Claiming the Lead in Brazil**. comScore Vices. 2012. Disponível em: <http://blog.comscore.com/2012/01/facebook_brazil.html>. Acesso em: 08 maio 2012.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SIMIONATO, Ana Carolina. **Proposta de serviço de disseminação da informação para biblioteca universitária**. Marília: Universidade estadual paulista, 2010. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/karusimionato/proposta-de-servio-de-disseminao-da-informao-para-bibliotecas-universitrias>> Acesso em: 04 nov 2012.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Florianópolis: UFSC, 2005.

SILVA, Patrícia Maria da. **Modelo de aceitação de tecnologia (TAM) aplicado ao sistema de informação da biblioteca virtual em saúde (BVS) nas escolas de medicina da região metropolitana do recife**. 2008. 156 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Centro de ciências sociais aplicadas - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2008.

SUGAHARA, Cibele Roberta; VERGUEIRO, Waldomiro. Aspectos conceituais e metodológicos de redes sociais e sua influência no estudo de fluxos de informação. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 7, n. 2, p. 102-117, jan./jun. 2010.

WARREN, Christina. **AIM: AOL Instant Messenger Isn't Dead ... Yet**. Mashable. 2012. Disponível em: <<http://mashable.com/2012/03/14/aim-not-dead-yet/>>. Acesso em: 08 jun. 2012.

APÊNDICE

Apêndice A – Questionário



Universidade Federal da Paraíba
 Centro de Ciências Sociais Aplicadas
 Departamento de Ciência da Informação
 Bacharelado em Biblioteconomia

FACEBOOK: Aceitação tecnológica e compartilhamento de informações.

Esse questionário é destinado a uma pesquisa de cunho acadêmico.

Agradecemos desde já a sua participação nesta pesquisa que é um pré-requisito para finalização do Trabalho de Conclusão de Curso em Biblioteconomia.

- Não há necessidade de identificação, as respostas são confidenciais e anônimas, servindo apenas para dados estatísticos.
- Só poderá responder pessoas com perfis na rede social Facebook.
- O questionário tem apenas perguntas objetivas, pode ser respondido em poucos minutos.
- Marque apenas uma alternativa para cada afirmativa.

Estela Santos
 Graduada em Biblioteconomia.

Patrícia Silva
 Orientadora
 Mestre em Ciência da Informação

QUESTIONÁRIO

Etapa 1: Conhecendo o usuário.

1 – Sexo: Feminino Masculino

2 – Idade: menos que 20 anos entre 21 e 29 anos entre 30 e 39 anos entre 40 e 50 anos

maior que 50

3 – Cursando o período: _____

4 – Onde se dá o principal acesso ao Facebook: Universidade Trabalho Casa Lan-house.

5 – Quantas horas semanais fica conectado(a) ao Facebook?

1 a 5 horas 5 a 10 horas 10 a 15 horas 15 a 20 horas mais de 20 horas

6 – Você utiliza outras redes sociais? Sim Não

Se sim, quais? _____

Etapa 2: Usuário e Facebook.

Marque apenas uma alternativa para cada afirmação

Parte 1: Meu primeiro contato.	Concordo plenamente	Concordo parcialmente	Não concordo e	Discordo parcialmente	Discordo plenamente
--------------------------------	---------------------	-----------------------	----------------	-----------------------	---------------------

			não dis- cordo		
Fiz um perfil no Facebook por indicação de amigos.					
Fiz o perfil no Facebook porque grande parte do meu meio social utiliza esta rede.					
Não atualizo com frequência meu Perfil do Facebook.					
Tenho um perfil, mas nunca acesso.					
Eu me confundo frequentemente utilizando o Facebook.					

Marque apenas uma alternativa para cada afirmação

Parte 2: Interface	Concordo plenamente	Concordo parcialmente	Não concordo e não discordo	Discordo parcialmente	Discordo plenamente
O Facebook possui um visual atraente.					
Prefiro uma das interfaces antigas.					
Gosto da padronização atual do Facebook.					
O Facebook oferece fácil acesso a mudanças de configurações. (ex: deletar amigos, fazer grupos, mudar a senha e etc.)					
Prefiro o visual de outras redes sociais como Twitter e Orkut ao Facebook.					

Marque apenas uma alternativa para cada afirmação

Parte 3: Utilidade percebida	Concordo plenamente	Concordo parcialmente	Não concordo e não discordo	Discordo parcialmente	Discordo plenamente
O Facebook é útil para as minhas atividades acadêmicas.					
O Facebook atrapalha os meus estudos e/ou trabalho.					

O Facebook é muito útil para disseminar qualquer tipo de informação.					
O Facebook é útil porque me aproxima de pessoas com quem não tenho contato pessoal.					
O Facebook é útil para trabalho e/ou para estudo.					

Marque apenas uma alternativa para cada afirmação

Parte 4: Facilidade de uso	Concordo plenamente	Concordo Parcialmente	Não concordo e não discordo	Discordo Parcialmente	Discordo plenamente
Construí meu perfil no Facebook pela facilidade.					
Usar o Facebook é uma boa idéia.					
É fácil pesquisar publicações e informações pelo Facebook.					
O Facebook facilita minha vida social.					
Aprender a usar o Facebook foi fácil pra mim.					

Marque uma ou mais alternativas

Parte 05: Disseminação da informação.	
"No meu Facebook Compartilho..."	
<input type="checkbox"/> Informações pessoais <input type="checkbox"/> Artigos Científicos <input type="checkbox"/> Avisos da UFPB (Ex: Calendário letivo, eleições, eventos, etc.) <input type="checkbox"/> Informações relacionadas ao curso (Ex: Datas de provas, reuniões, etc.)	<input type="checkbox"/> Informações relacionadas ao trabalho <input type="checkbox"/> Eventos científicos (Congressos, encontros, seminários, etc.) <input type="checkbox"/> Outros (Músicas, vídeos, poesias, piadas, etc.)