



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

DANIELE DA CONCEIÇÃO CAETANO

**O COMPORTAMENTO INFORMACIONAL NO USO DE REDES SOCIAIS
VIRTUAIS COMO FONTE DE INFORMAÇÃO**

Recife

2018

DANIELE DA CONCEIÇÃO CAETANO

**O COMPORTAMENTO INFORMACIONAL NO USO DE REDES SOCIAIS
VIRTUAIS COMO FONTE DE INFORMAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia, do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Profa. Ms. Aureliana Lopes de Lacerda Tavares.

Recife
2018

Catálogo na fonte
Bibliotecária Jéssica Pereira de Oliveira, CRB-4/2223

C128c Caetano, Daniele da Conceição
Comportamento informacional no uso de redes sociais virtuais como fonte de informação / Daniele da Conceição Caetano. – Recife, 2018. 52f.: il.

Orientadora: Aureliana Lopes de Lacerda Tavares.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Departamento de Ciência da Informação. Curso de Biblioteconomia, 2018.

Inclui referências e apêndice.

1. Comportamento. 2. Redes Sociais. 3. Fonte. 4. Informação. I. Tavares, Aureliana Lopes de Lacerda (Orientadora). II. Título.

020 CDD (22. ed.)

UFPE (CAC 2019-48)

DANIELE DA CONCEIÇÃO CAETANO

**O COMPORTAMENTO INFORMACIONAL NO USO DE REDES SOCIAIS
VIRTUAIS COMO FONTE DE INFORMAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia, do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Aprovado em: 13/12/2018.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Ms. Aureliana Lopes de Lacerda Tavares (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Márcia Ivo Braz (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Thiago José da Silva (Examinador Externo)
PPGCI/UFPB

“As palavras sempre ficam. Lembre-se do poder das palavras. Quem escreve constrói um castelo, e quem lê passa a habitá-lo.”

(A menina que roubava livros)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades e ter me proporcionado chegar até aqui.

A minha mãe por todo o apoio e incentivo que foi de fundamental importância durante esses quatro anos na universidade.

Agradeço aos professores por toda contribuição no aprendizado e consequente formação de conhecimento nesta graduação.

Em especial a professora e minha orientadora Aureliana Lopes por todo estímulo e colaboração na produção desta pesquisa.

Aos meus queridos amigos Anderson, Fabiana, Geovani, Isis, Kelly, Wérleson, pela alegria e bom humor de sempre que contribuíram para atenuar as angústias da academia e por todos momentos maravilhosos que vivenciamos durante esses quase quatro anos.

As minhas amigas Camilla, Catarina, Manoela, Marina por todo o apoio e incentivo que foram fundamentais para mim neste final de curso.

Agradeço a todos vocês meus amigos e futuros colegas de profissão por toda a troca de experiência que com certeza não serão esquecidos.

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo analisar a utilização das redes sociais virtuais como fonte de informação e o comportamento informacional dentro desses ambientes digitais. A metodologia da pesquisa caracteriza-se como exploratória de caráter qualiquantitativo, a coleta de dados foi realizada por intermédio de aplicação de questionário junto aos alunos matriculados no segundo período dos cursos de Biblioteconomia e Gestão da Informação da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. Após a análise e interpretação dos dados verificou-se que existe a aplicação dessas redes como ferramenta de busca informacional, onde figuram entre as mais acessadas o Facebook, WhatsApp, Youtube, Instagram e o Twitter, apontados como meios para se chegar a informações de temáticas diversas, inclusive acadêmicas. Porém, em relação ao comportamento de busca e uso notou-se que a confiabilidade das informações provenientes dessas redes dificulta sua validação como uma fonte tradicional ou informal de pesquisa. Visto que para torna-se uma fonte tradicional de pesquisa é necessário que haja uma autenticação por parte das comunidades científicas e ou acadêmicas, onde foi proposto a implementando da temática através dos componentes curriculares dos cursos de graduação de Biblioteconomia e Gestão da Informação. Contudo é importante ressaltar a relevância de estudos acerca desta temática, pois contribuem com novas discussões e descobertas sobre o modo como a sociedade vem se comunicando atualmente.

Palavras-chave: Comportamento. Redes Sociais. Fonte. Informação.

ABSTRACT

The research aims to analyze social networks as a source of information and the type of information in the digital environment. The research methodology was carried out as a qualitative research, a data collection was carried out through a research program of data enrolled in a second period of the Librarianship and Information Management courses of the Federal University of Pernambuco - UFPE. After the analysis and interpretation of the data, it was found that networks exist as an informational search tool, as among the most accessed on Facebook, WhatsApp, Youtube, Instagram and Twitter, indicators as the means to reach information of various, academic. However, regarding the search and use behavior it was noted that the information information confirm the networks difficulties as a traditional or informal source of research. It has become a traditional source of research, it requires authentication by the scientific and / or academic communities, where the theme was implemented through the curricular components of undergraduate courses in Librarianship and Information Management. However, it is an important program of studies on the subject of this nature, as it contributes with new discussions and discoveries about the way society is communicating today.

Keywords: Behavior. Social media. Source. Information.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Redes Sociais mais utilizadas no Brasil	18
Figura 2 - Modelo de comportamento informacional de Wilson	29
Figura 3 - Estrutura do modelo do sense – making de Dervin.	30
Figura 4 - Estrutura do modelo de comportamento informacional de Ellis	30
Quadro 1 -Processo de Busca da Informação (ISP)	31
Gráfico 1 - Faixa Etária	35
Gráfico 2 – Gênero	36
Gráfico 3 -Redes Sociais Utilizadas.....	37
Gráfico 4 - Finalidades a qual as redes sociais são utilizadas	38
Gráfico 5 - Redes Sociais como Fonte de Informação e Pesquisa.....	39
Quadro 2 - Assuntos ou matérias Pesquisados nas redes sociais.....	40
Gráfico 6 - Confiabilidade das Informações Disponíveis em Redes Sociais Virtuais.....	42
Gráfico 7 - Confiabilidade das Informações Disponíveis em Redes Sociais Virtuais.....	43

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BI - Biblioteconomia

GI -Gestão da Informação

BDTD- Biblioteca Digital de Teses e Dissertações

RSV - Redes Sociais Virtuais

TIC's - Tecnologia de Informação e Comunicação

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
2.1	CONTEXTUALIZANDO REDES SOCIAIS.....	14
2.1.1	Redes e Mídias sociais.....	17
2.2	REDES SOCIAIS VIRTUAIS COMO FONTE DE INFORMAÇÃO.....	22
2.3	COMPORTAMENTO E USO DA INFORMAÇÃO.....	26
2.3.1	Modelos de Comportamento Informacional.....	28
2.3.1.1	Modelo de Thomas Wilson.....	28
2.3.1.2	Modelo de Brenda Dervin.....	29
2.3.1.3	Modelo de Ellis.....	30
2.3.1.4	Modelo de Taylor.....	30
2.3.1.5	Modelo de Karol Kuhthau.....	31
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	33
4	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	35
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
	REFERÊNCIAS.....	48
	APÊNDICE – QUESTIONÁRIO UTILIZADO PARA COLETA DE DADOS.....	51

1 INTRODUÇÃO

O mundo é um ambiente dinâmico e vive em constante mudança que por diversos fatores afeta o comportamento dos indivíduos que nele se encontram, com o passar do tempo o modo como as pessoas vem se comunicando tem se transformado a cada dia, assim como também a forma de adquirir informação, o que leva a refletir a utilização de Redes Sociais Virtuais (RSV) como mecanismo de produção e fonte informacional.

Para Marteleto (2001, p. 72), “a rede social passa a representar um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. Parafrazeando a autora, no que diz respeito às redes sociais virtuais, tratam-se de ambientes que possibilitam a criação de grupos de pessoas ou instituições que interagem por conta dos interesses em comum. Dessa forma tornou-se bastante perceptível a função emergente dessas redes como produtoras e difusoras de informação.

Leckie, Pettigrew e Sylvain (1996), apud Martínez-Silveira e Oddone (2007) dizem que são dois os fatores que influenciam a busca informacional de maneira determinante, o primeiro são as fontes de informação que é onde são buscadas as informações e o segundo é o conhecimento da informação que pode ser direto ou indireto das fontes ou do processo de busca e da informação recuperada. As autoras sublinham que tais fatores evidenciam quando são analisados o comportamento e a busca de informação realizada pelo próprio interessado.

Nesse sentido, entende-se que o comportamento informacional é todo comportamento humano relacionado às fontes e canais de informação, incluindo a busca ativa e passiva de informação e o uso da informação (WILSON, 2000). Esse autor sugere ainda que o comportamento informacional tem seu foco no estudo de usuários da informação, atentando, a princípio, no que diz respeito a sua necessidade, que se dá no momento em que o indivíduo percebe que as informações dispostas por ele tornam-se insuficientes para a resolução de problemas e, ou realização de alguma tarefa, sua busca consiste em identificar as fontes de consulta que levarão à conquista de seus objetivos e, por fim, seu uso que constitui-se na aplicação da informação encontrada.

Estudar esse comportamento torna-se tarefa complexa no contexto das redes sociais, uma vez que a internet é um espaço bastante amplo que abrange diversas escalas da sociedade, pois cada indivíduo é singular e tem suas próprias necessidades e objetivos, interpreta e se relaciona com essa informação de maneira diferenciada.

Dessa forma, pesquisas têm demonstrado que o uso de redes sociais virtuais como fonte de informação já é uma realidade no mundo acadêmico. Como por exemplo, uma pesquisa científica realizada em 2013 sobre formas alternativas de comunicação e o uso das redes sociais virtuais como fonte de pesquisa em dissertações de cursos de três áreas distintas (Ciências Humanas, Exatas e de Saúde), Tavares et al. (2013, n.p.) destacaram que das 8 (oito) redes citadas nas pesquisas analisadas, a área de Ciência da Informação citou 6 (seis), o que demonstra segundo os autores que essa área consegue perceber a importância e validade de tais fontes na construção do conhecimento científico.

Esses dados mostram o uso dessas redes sendo aplicada em nível de pós-graduação o que pode induzir a pensar que na graduação essas fontes sejam ainda mais utilizadas visto que esses estudantes são jovens, na sua maioria, e, dessa forma, indica um contato maior com essas redes. Dessa forma, pretende-se com essa pesquisa responder às seguintes questões: se os estudantes de Biblioteconomia e Gestão da Informação da UFPE utilizam as Redes Sociais Virtuais como fonte de informação e pesquisa¹? E como é o comportamento informacional destes estudantes nesses ambientes?

A internet provocou uma dinamicidade para a informação possibilitando uma maior circulação, também podendo esta informação ser acessada dos lugares mais remotos através dessa rede mundial de computadores, considerada na atualidade uma das principais fontes de informação para estudantes, o que supera até mesmo o livro (impresso ou eletrônico).

Pesquisa realizada por Hornhardt, entre os anos de 2015 e 2016 apresenta dados que apontam como resultados que 51% das pessoas declaram usar as redes sociais virtuais como fonte de notícia, resultado que se torna ainda mais verídico entre os jovens de 18 a 24 anos de idade. A pesquisa revelou ainda que 72% da população de países emergentes as consideram como principal fonte de consulta de informação ultrapassando veículos tradicionais de comunicação como TVs, Jornais e Revistas, com relação às diversas redes sociais que fizeram parte do estudo. No Brasil, o Facebook aparece em primeiro lugar e logo após o Twitter (HORNHARDT, 2018).

Dentre as motivações para o uso das redes como fontes de consulta foram citados como principais fatores os alertas, a forma simples de acesso, a facilidade de comentar e de compartilhar. É válido salientar ainda que tais tecnologias vêm colaborando para a inovação e influenciando na criação de ideias inovadoras dentre de empresas. Diante do exposto, considera-se ser de fundamental relevância para a academia e comunidade científica realizar

¹ Nessa pesquisa o termo fonte de informação /pesquisa/consulta serão utilizados como sinônimos.

um estudo que traga reflexões acerca do comportamento de busca e uso dessas tecnologias e analisar suas possíveis contribuições e impactos para o campo da Ciência da Informação.

Dessa forma, a pesquisa tem como objetivo geral analisar o comportamento informacional dos estudantes de Biblioteconomia e Gestão da Informação da Universidade Federal de Pernambuco no contexto do uso de redes sociais virtuais como fontes de informação e pesquisa. De maneira mais detalhada, pretende-se, a princípio traçar e apresentar o perfil dos estudantes de ambos os cursos; Investigar como se dá o uso de redes sociais virtuais como fonte de informação e pesquisa por esses estudantes, levantando quais as mais utilizadas para estes fins e verificando como eles buscam e usam informações encontradas nestas redes, e, por fim, Identificar possíveis barreiras no processo de busca e uso da informação e, desta forma, refletir sobre a relevância das redes sociais virtuais como instrumento de busca e disseminação da informação.

O presente trabalho está estruturado em duas partes, a princípio o trabalho busca trazer reflexões sobre a temática proposta, através de seu referencial teórico, contextualizando com os conceitos de diversos autores acerca das redes sociais virtuais, bem como a sua utilidade como fonte de informação, relacionando com o comportamento de busca e uso, apresentando modelos que analisam tais comportamentos e que auxiliam na identificação das necessidades informacionais dos usuários. Na segunda parte se tem a análise e interpretações dos dados que foram coletados durante a pesquisa, onde serão apresentados de forma qualiquantitativa através de gráficos e tabelas, como também sua explicação por meio de texto escrito relacionando com a fundamentação teórica.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesse capítulo, serão abordados e analisados os temas principais da pesquisa, para tanto foi realizado um levantamento bibliográfico que proporcionou uma visão geral dessas temáticas, muito embora ainda sejam escassos materiais que falam especificamente de redes sociais como fonte de informação. Dessa forma, destacamos temas como redes sociais, enfatizando conceitos, características, tipos e as diferenças entre redes e mídias sociais no contexto digital, uma vez que essa “confusão” entre os termos é bem comum. O tema comportamento informacional e modelos de comportamento, estudos de uso e usuário e necessidades informacionais foram destacados para contextualizar a revisão teórica sobre o assunto.

2.1 CONTEXTUALIZANDO AS REDES SOCIAIS

Os Indivíduos desenvolvem entre si relações diversas durante toda a sua vida, quer seja na esfera familiar, escolar ou de trabalho, há vários fatores que contribuem para que tais relações sejam constituídas, pois existe uma necessidade natural do ser humano em interagir com o outro. Deste modo, essas interações promovem relações e informações distintas que conectam e estruturam as pessoas constituindo assim uma grande rede social.

O conceito de rede sempre esteve presente na sociedade e é bastante difundido na comunidade científica, especialmente dentro do campo das Ciências Sociais. Colonomos (1995 apud ACIOLI, 2007) diz que, nessa área, o conceito de rede está ligado a um “conjunto de relações sociais entre um conjunto de atores e também entre os próprios atores”. Para a autora, o termo rede indica também a ideia de fluxo e movimento, o que sugere uma aproximação com as mais variadas áreas do conhecimento em especial com a área de Ciência da Informação que objetiva estudar os fluxos de informação e a geração de conhecimento no âmbito das instituições e organizações.

Acioli (2007) destaca três abordagens de redes na literatura, as quais são: a abordagem metafórica, voltada à filosofia de rede; uma analítica centrada na metodologia de análise de redes sociais, e, uma abordagem tecnológica mais voltada para as redes de conexões e para as possibilidades que se colocam em relação às interações possíveis na sociedade através dessas redes. Sendo esta última a mais discutida na atualidade.

Para Castells (2000), o paradigma tecnológico, baseado nas tecnologias de comunicação e informação e o surgimento da internet ocasionaram uma transformação estrutural na

sociedade, a qual denomina Sociedade em Rede. Esta para o autor é designada como uma “estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes” (CASTELLS, 2000).

Conforme Costa (2003, p. 94 apud TOMAÉL, 2005, p.73), “A rede, é uma estrutura não-linear, descentralizada, flexível, dinâmica sem limites definidos e auto organizável, estabelece-se por relações horizontais de cooperação”. Ou seja, sua organização caracteriza-se pela forma de inter-relacionar todos os elementos que a compõem de maneira não hierárquica, ou podendo também ser definida como *nós* que representam um indivíduo, grupo de pessoas ou instituições de diversas áreas sejam elas públicas ou privadas, lícitas ou ilícitas, formais ou informais, Nesse sentido o nó para Castells (2000, p.498) é:

[...] ponto no qual uma curva se entrecorta. Concretamente, o que um nó é depende do tipo de redes concretas de que falamos. [...] são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem o mesmo código de comunicação.

Para esse autor, uma sociedade em rede é uma organização social, pois são as práticas sociais que dão corpo a lógica das redes, “Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades, e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. (CASTELLS, 2000, p. 497) e é nessa lógica que surgem as redes sociais que se configuram segundo Marteleto (2001, p.72) como “um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores compartilhados”. Nessas redes os indivíduos estão ligados/conectados e interagem entre si motivados por interesses e objetivos comuns.

De acordo com Recuero (2009), as redes sociais são definidas por dois elementos, os chamados *atores sociais* que representam os nós da rede; indivíduos, organizações ou comunidades e as *conexões* que por sua vez são a interação e laços formados por ela. A autora explica que nos meios virtuais não se tem de fato uma interação social física, a apresentação das redes sociais ao público se dá por intermédio de representações de seus atores. Em outras palavras, não se tem acesso de fato a seus usuários e sim a seu perfil, criado para representá-lo na internet, de onde se conectam e formam relações e proporcionam diversas maneiras de replicação e aproximação dos indivíduos com a informação, como, por exemplo, através da

criação de um perfil em uma página de facebook ou twitter, o que resulta na construção de identidade dos mesmos, caracterizando, assim, a presença do indivíduo no ²ciberespaço.

As conexões são as interações caracterizadas pelo processo de comunicação realizado pelos atores, para a autora antes citada “existem duas formas de interação neste contexto: a interação mútua e a interação reativa” (RECUERO, 2009, p. 32). A interação mútua pode ser conversar com alguém pelo chat ou whatsapp e a reativa aceitar ou não um convite no facebook. O que conseqüentemente forma as relações sociais que podem vir a transformar-se em laços dialógicos derivado da interação mútua ou associativos derivados da interação reativa que são construídos pela interação via computador, o tipo de informação trocada nas relações entre os atores irá estabelecer o grau de intimidade, categorizando os laços como fortes ou fracos, termo cunhado por Mark Granovetter, em 1973.

Os laços fortes são aqueles estabelecidos com as pessoas mais próximas que normalmente coadunam dos mesmos ideais, crenças e valores. Os laços fracos são os estabelecidos com outras pessoas não tão próximas, mas são justamente estes laços que fazem com que nos conectamos com outras realidades, criamos mais oportunidades e somos expostos a novos fatores de inovação. São as chamadas redes primárias e redes secundárias por Marteletto (2010, p. 30, grifo nosso)

As redes primárias, relativas às interações cotidianas entre as pessoas (familiaridade, parentesco, vizinhança, amizade, etc.) no processo de socialização. Trata-se de processos autônomos, espontâneos e informais [...]

As redes secundárias, formadas pela atuação coletiva de grupos, organizações e movimentos que defendem interesses comuns e partilham conhecimentos, informações e experiências orientados para determinados fins.

Tomaél, Alcará e Di Chiara (2005, p.102) destacam que a informação e o conhecimento são os elementos propulsores das redes sociais, pois são estes que as movimentam e as alimentam, com isso mediante o uso da informação que circula nas redes, o estado existente modifica-se, e expande o conhecimento que irá fortalecer o fluxo da informação e respaldar os processos individuais e coletivos fruto da interação entre os usuários.

As interações e trocas de informações têm se intensificado ainda mais nessa era digital, com o surgimento das Tecnologias de Informação e Comunicação – TIC’s a internet vem proporcionado inovações no modo como as pessoas se comunicam, desta forma a sociedade tem aderido a esses espaços através da utilização das Redes Sociais Virtuais – RSV como ferramentas para produção e disseminação de informações diversas.

²Ciberespaço refere-se a um espaço nas redes de computação/internet onde não se faz necessária a existência física para se haver uma comunicação ou relacionamento.

As Redes Sociais virtuais passam a se tornar cada vez mais utilizadas, nos indicando um cenário onde as pessoas se encontram cada dia mais conectadas proporcionando uma interação mútua, diversificando e dinamizando as relações entre os indivíduos, desta forma tais interações formadas tendem a gerar conteúdos, apresentam-se como um meio de produção e compartilhamento de informação, somando-se, ainda, a sua ampla visibilidade devido ao grande número de sujeitos adeptos a rede, que funcionam como disseminadoras e mediadoras capazes de difundir as informações com grande velocidade prescindindo os espaços físicos e geográficos.

2.1.1 Redes e mídias sociais no contexto digital

As redes sociais têm recebido várias denominações ao longo das últimas décadas, entretanto no contexto da internet é consenso afirmar que se trata de conexões entre grupos ou pessoas que objetivam compartilhar informações, ou seja, se comunicarem. No entanto, ainda é comum que os termos redes e mídias sociais sejam confundidos no contexto digital. Para que fique claro o que entendemos por redes sociais virtuais e mídias sociais na nossa pesquisa, destacaremos o conceito desses termos buscando sanar essa “confusão” existente quanto ao uso dos termos nas pesquisas.

Tanto o termo rede social quanto o termo mídia social já existiam antes mesmo do surgimento da internet, estes foram adaptados para a realidade virtual, e são bastante utilizados mesmo que frequentemente com o mesmo significado. Como já foi mencionado, o conceito de rede social refere-se ao relacionamento entre pessoas e ou organizações conectadas através de interesses comuns, compartilhando e trocando informações. Com o desenvolvimento das tecnologias e principalmente a popularização da internet, essas redes passam a se propagar através de espaços virtuais criados para a comunicação e compartilhamento de informação.

Em comparação com as redes sociais, de acordo com Altermann (2010), as mídias sociais são espaços onde os indivíduos apenas postam informações ou arquivos, sem gerar relacionamento direto com nenhum outro indivíduo específico”. Anteriormente eram chamadas de “novas mídias” devido a maneira como compartilha seu conteúdo de forma descentralizada, diferenciando-se do rádio, TV e Jornal, considerados grandes meios de comunicação. Acerca disso vale salientar que:

A palavra mídia refere-se a qualquer meio de comunicação social e são consideradas o resultado da difusão de conteúdo fora dos meios de

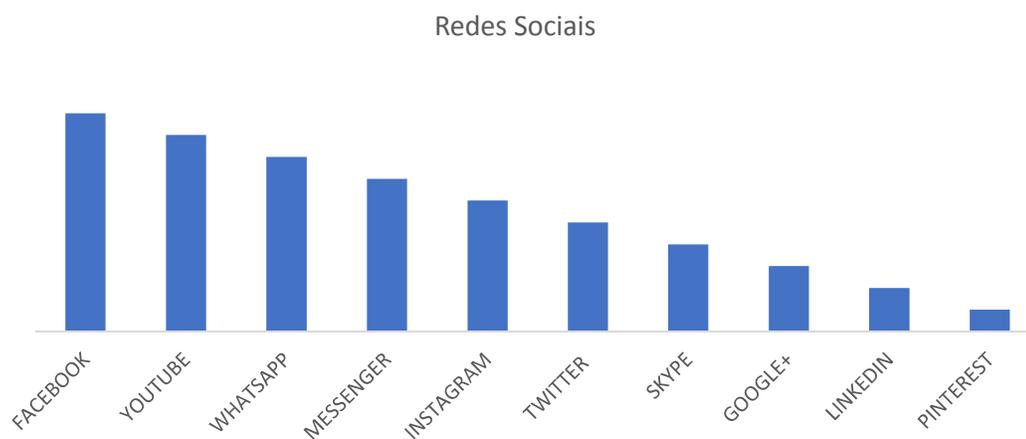
comunicação de massa, ou seja, tudo aquilo que é gerado nas redes sociais formadas por indivíduos, propagando informações de forma descentralizada e com participação ativa, uma via de mão dupla. (PROJETUAL, 2013).

Para Altermann (2010), o que as diferenciam é a finalidade principal de seus serviços, as redes sociais possuem seu foco principal voltado para as interações e relações virtuais entre as pessoas, como por exemplo, o facebook e WhatsApp e as mídias sociais tem o objetivo de compartilhamento de conteúdo, como Twitter, Youtube e Blogs.

É importante ressaltar que as redes sociais virtuais são uma categoria das mídias sociais. Com isso, conclui-se que toda rede social também é uma mídia social, entretanto nem toda mídia pode ser considerada uma rede social, como, por exemplo, um canal no Youtube, ele é uma plataforma com o foco principal na disseminação de conteúdo e não na interação entre os indivíduos, como é o caso do Facebook.

De acordo com pesquisas e dados atualizados em 2018, o Brasil ocupa a segunda posição no ranking dos países que mais acessam as mídias e redes sociais virtuais, em média o brasileiro dedica diariamente às redes sociais cerca de 3 horas e 43 minutos do seu tempo. Segundo o relatório *Digital In 2017*, do site *We Are Social* o Brasil possui aproximadamente cerca de 122 milhões de usuários ativos, o que representa 58% de sua população, sendo ainda um dos países com maior aumento de novos usuários, contando com cerca de 19 milhões. A pesquisa também faz um levantamento das 10 redes sociais virtuais mais usadas no Brasil, como demonstrado na figura abaixo:

Figura 1 - Redes Sociais mais utilizadas no Brasil



Fonte: Dados da Pesquisa baseados em informações do site We Are Social

De acordo com o relatório da pesquisa realizada pelo site *We Are Social*, em 2017 e 2018 essas são as 10 redes sociais virtuais são apontadas como as mais utilizadas no Brasil. Além disso a pesquisa ainda revela que os usuários relatam que as utilizam como meio de se manterem informados e não apenas somente como ferramenta de diversão.

Facebook³

Em Primeiro lugar, temos a rede social Criada em 2004 por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes, ambos ex alunos da universidade de Harvard, a princípio a ferramenta era restrita somente aos estudantes da universidade, sendo aberta para o público mundial em setembro de 2006, atualmente o Facebook tem 2,1 bilhões de usuários, no Brasil ganhou notoriedade em 2012 e atualmente é o terceiro país no mundo que mais utiliza o Facebook e possui 103 milhões de usuários, perdendo apenas para Estados Unidos e Índia.

Youtube⁴

Plataforma de compartilhamento de vídeos, criado em 2005 por chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. Em 2006, foi comprado pelo Google, hoje o Youtube tem 98 milhões de usuários no Brasil. Além de escutar músicas, é possível acompanhar programas e diversos canais com temáticas variadas, tem ganhado ainda mais notoriedade com o sucesso o crescimento e sucesso feito pelos *Youtubers*.

Whatsapp⁵

Criado em 2009, trata-se de um aplicativo de mensagens instantâneas. Além das mensagens de texto, seus usuários podem enviar imagens, vídeos, áudios, documentos em PDF e realizar ligações e chamadas de vídeo. Disponível para todos os sistemas operacionais de *smartphones*, atualmente também é possível acessar a plataforma pelo computador. Possui cerca de 120 milhões de usuários no país, um dos principais aplicativos de mensagens de comunicação e interação entre as pessoas não somente no Brasil, mas em todo o mundo, contando com 1,2 bilhões de usuários.

³ Disponível em <<https://www.facebook.com/>>

⁴ Disponível em <<https://www.youtube.com/>>

⁵ Disponível em <<https://www.whatsapp.com/>>

Messenger⁶

Semelhante ao whatsapp, também é um serviço de mensagens instantâneas onde o usuário pode se comunicar através de mensagem de texto, imagens, áudios, vídeos e envio de arquivos PDF, além de ser possível fazer ligações de áudio e vídeo. Anteriormente, só era possível ter acesso a rede social juntamente com o Facebook, mas em 2015, após ser lançado como uma plataforma de aplicativo (separado do facebook), obteve um grande número de *downloads* e consequentemente, tornou-se popular no país.

Instagram⁷

Lançada em 2010, é uma rede social voltada para o compartilhamento de fotos e vídeos, uma de suas principais ferramentas é o *Story*, onde se é permitido compartilhar fotos ou vídeos com duração de exatamente 24 horas semelhante ao Snapchat, também tem a função de compartilhar seu conteúdo com outras redes sociais como Facebook, Twitter, Tumblr e Flickr. Foi um dos primeiros serviços desenvolvidos para acesso em dispositivos móveis, mas atualmente pode ser acessado por desktop, em recente pesquisa realizada pela Social Media Trends cerca de 41,1% das pessoas consideraram o instagram sua rede social preferida.

Twitter⁸

Fundado em 2006, a rede social também considerada por alguns ser uma rede de interesses, permite que seus usuários recebam e enviem atualizações através de textos com até 280 caracteres conhecido como “Tweets”. Com mais de 300 milhões de usuários em todo mundo, no Brasil dispões de 30 milhões representados em aproximadamente por 63% dos usuários ativos.

Skype⁹

Criado em 2003, o software de tecnologia global possibilita a comunicação via internet por meio de voz e vídeo, é frequentemente utilizada no ambiente empresarial com o intuito de facilitar a comunicação entre colaboradores, está presente em 27 idiomas e em quase todos os países.

⁶ Disponível em <<https://www.messenger.com/>>

⁷ Disponível em <<https://www.instagram.com/>>

⁸ Disponível em <<https://www.instagram.com/>>

⁹ Disponível em <<https://www.skype.com/pt-br/>>

LinkedIn¹⁰

Fundada em 2003, trata-se de uma rede social corporativa totalmente focada em marketing e contratação de profissionais, possui 25 milhões de usuários ativos no Brasil e 200 milhões de usuários por todo o mundo. O LinkedIn tem um grande potencial estratégico na área empresarial e no mercado de trabalho, promove bastante o *networking* entre profissionais de diversas áreas, onde se compartilham experiências e atraem novos colaboradores para as empresas.

Google+¹¹

Criada em 2001, é uma rede social do Google, quando se é aberta uma conta no Gmail, automaticamente, é criada uma conta no Google+. Através de suas ferramentas, o usuário pode criar grupos de seguidores divididos em categoria, e a partir disso, compartilhar conteúdos de acordo com seus interesses em comum. Atualmente, possui apenas 6% da população dos brasileiros utilizam essa rede social.

Pinterest¹²

O Pinterest é uma rede social de compartilhamento de conteúdo através de imagens, com a criação de uma conta na plataforma e, por meio de suas ferramentas, pode-se compartilhar, gerenciar, comentar, seguir e criar páginas com imagens temáticas de diversos segmentos que servem de inspirações para as criações de seus usuários. É associado a Blogs, Twitter e Facebook e possui 70 milhões de usuários cadastrados, sendo 80% de seu público composto por mulheres.

Esses dados têm se confirmado em outras pesquisas. Como apontam Cerigatto e Casarin (2017, p.162), quando destacam que 48% dos brasileiros usam a internet, ou seja, quase metade da população. Entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o WhatsApp (58%) e o Youtube (17%). Tais dados vêm de encontro ao que acreditamos que é o que sublinham Marques e Vidigal (2018, p.3), quando dizem que “As redes sociais estão presentes na *Internet* e representam um meio de comunicação, interação, entretenimento, conhecimento e negócios para os usuários”, não tendo como desprezá-las como fonte de informação e pesquisa, mesmo que não tradicionalmente.

¹⁰ Disponível em <<https://br.linkedin.com/>>

¹¹ Disponível em <<https://plus.google.com/>>

¹² Disponível em <<https://br.pinterest.com/>>

2.2 REDES SOCIAIS VIRTUAIS COMO FONTE DE INFORMAÇÃO

As fontes são portadoras de informação, são nelas que a informação e o conhecimento se formam e através delas que estes circulam, ou seja, as fontes contêm informações suscetíveis de serem comunicadas. De acordo com Vital (2006), as fontes informacionais são divididas em formais e informais, as formais correspondem às publicações de livros, periódicos, teses, patentes, entre outras. Já as informais são conversas, seminários, contatos telefônicos, fornecedores, folders, entre outras.

Atualmente, as redes sociais virtuais também se apresentam como fontes informais, uma vez que são utilizadas como meio de divulgação e disseminação de informações na internet. As pesquisas têm revelado que a sociedade utiliza cada vez mais essas ferramentas digitais como fonte para apuração de notícias e informações diversas, a facilidade e o modo interativo como essas tecnologias podem ser manuseadas tem atraído cada vez mais adeptos. Desse modo, de acordo com (TAVARES et al, 2013, n, p) “as redes sociais virtuais são ferramentas utilizadas para estabelecer conexões entre indivíduos com interesse em comum”. Para esses autores, essas redes podem ser consideradas fontes de informação, pois trazem respostas rápidas às necessidades informacionais do pesquisador/estudante.

Cerigatto e Casarin (2018) destacam o documento da Unesco¹³ organizado por Wilson et al em 2003 sobre o alcance das mídias em ambiente virtual como fonte de informação, na publicação em questão, os autores ressaltam que as mídias desempenham diversos papéis enquanto fontes de informação, assim destacam que estas:

[...] atuam como canais de informação e de conhecimento pelos quais os cidadãos comunicam-se uns com os outros e tomam decisões bem informadas; promovem discussões informadas entre diversos atores sociais; fornecem muito do que aprendemos sobre o mundo alheio a nossa experiência imediata; são os meios pelos quais a sociedade aprende a respeito de si mesma e constrói um sentido de comunidade; supervisionam as ações do governo, promovendo a transparência na vida pública e o escrutínio público dos ocupantes do poder, denunciando a corrupção, a má administração pública e as ações corporativas nocivas; são facilitadoras essenciais dos processos democráticos e atuam para garantir eleições livres e justas; são um veículo de expressão e coesão cultural dentro das nações e entre elas; funcionam como um ator social que age em defesa própria, respeitando os valores pluralistas. (WILSON et al, 2003, p. 61, apud CERIGATTO; CASARIN, 2018, p.157-158)

Para Recuero (2012), a grande visibilidade das redes sociais enquanto meios de informação geram diversos efeitos, dentre eles destaca-se a descentralização, ou seja, pois nas

¹³ Alfabetização Midiática e Informacional: currículo para formação de professores

mídias tradicionais como rádio, Jornal e TV, apenas usuários específicos possuem o acesso à produção e compartilhamento de informação, de maneira oposta, muitas dessas redes sociais ainda em fase de desenvolvimento possibilitam que vários indivíduos possam divulgar suas mensagens na rede.

Castells (2005) aborda a questão da interação entre as novas tecnologias e sua aplicação com a finalidade de processamento de informação e geração de conhecimento, o autor diz que através da interação entre os usuários haverá comunicação e obviamente a troca de informação e o que a torna em conhecimento é a relevância que cada indivíduo irá agregar a mesma.

A cerca dessa perspectiva é importante destacar os efeitos causados por essas interações em rede virtual que são o ato de influenciar os sujeitos e conseqüentemente o de promover as “cascatas informacionais”, que segundo Recuero (2012), são os efeitos da circulação da informação, podendo ainda influenciar tanto positivamente quanto negativamente, portanto o nível de influência sobre os indivíduos irá depender da relevância atribuída por eles sobre as informações acessadas, sendo assim destaca-se que:

Cascatas são, assim, efeitos das redes sociais online enquanto mídia. São geradas pela ação individual dos atores e evidenciam o potencial informativo dessas redes, uma vez que o coletivo funciona como um meio capaz de difundir rapidamente e globalmente uma determinada informação. (RECUERO, 2012, p.8).

Conforme afirma Recuero (2009), as redes sociais virtuais possibilitam a disseminação de informações de maneira rápida e participativa por meio das interações que ocorrem entre os indivíduos, a forma simples de compartilhar conteúdo tem levado os usuários a utilizarem esses espaços virtuais como fontes de informação. Um fator favorável a essas “novas fontes” é seu rápido *feedback* e muitas empresas tem enxergado esse potencial, e tem utilizado das redes e mídias sociais dentro de seu âmbito de inteligência competitiva como ferramenta de pesquisa de mercado, afim de descobrir as preferências de seus clientes. Marques e Vidigal (2018) coadunam dessas ideias quando dizem que essas redes vêm se tornando fontes de informação importantes para as empresas, pois permitem que estas acompanhem a concorrência, monitorem o ambiente onde atuam, detectem o aporte de novas tecnologias no mercado e ainda entendam o comportamento do consumidor possibilitando o aprimoramento e desenvolvimento de novos produtos.

Citando Riccardi (2007), esses autores destacam que devido a seu caráter colaborativo, que permite a interação e o compartilhamento de informações e novas idéias, as redes sociais tendem a ser uma grande aliada das empresas auxiliando no seu planejamento tático e estratégico, e como consequência influencia na produção e aperfeiçoamento de novos produtos e serviços, “a inteligência

competitiva auxilia na identificação de tendências no ambiente dos negócios, ou seja, permite à empresa antecipar-se a possíveis mudanças de competição ou de consumo em seu mercado e, sim, assegurar maior eficiência às estratégias adotadas” (RICCARDI, 2007, apud MARQUES; VIDIGAL, 2018, p. 2)

Marques e Vidigal (2018) apresentam cinco empresas brasileiras que atuam nas áreas de publicidade, educação, consultoria e tecnologia e que fazem uso das redes sociais virtuais como fonte de informação e coleta de dados incorporado a inteligência competitiva. A pesquisa obteve como resultado que 80% dos entrevistados afirmam utilizá-las como canal informativo para campos estratégicos e mercadológicos a fim de colaborar nos procedimentos decisórios e no desenvolvimento de produtos e serviços para a empresa e que todas as empresas analisadas consideram as redes sociais como fontes de inteligência competitiva.

No ano de 2015, o whatsapp foi utilizado como ferramenta de apuração de notícia pelo jornal Extra, o aplicativo de trocas de mensagens instantâneas se tornou um importante canal de comunicação entre os jornalistas e seus leitores, no qual constantemente eram enviadas informações através de fotos e vídeos, segundo o jornal extra (2015), foram contabilizadas cerca de “4 mil mensagens de usuários, das quais originaram – se 3.500 reportagens tanto para o impresso quanto para o online”. Tal fato levantou a reflexão sobre a função dos usuários dentro dessas redes sociais virtuais, que em determinadas ocasiões assumem o papel de *prosumers* onde deixam de ser apenas consumidores para se tornarem também produtores de informação e conteúdo simultaneamente, diante disso vale salientar que:

A partir do caso whatsapp no Extra podemos afirmar que soluções voltadas a inovações editoriais, através da apropriação de um aplicativo de conversa via dados móveis, revelam como as plataformas digitais podem potencializar as relações tradicionais entre veículo e usuário, mas não necessariamente modificar a linguagem das relações de uso entre veículos tradicionais e público usuário, no imaginário geral. (FERREIRA; LUZ; MACIEL, 2015, p.11).

Somando-se a esses dados, acrescenta-se também um estudo sobre o impacto dessas tecnologias de informação dentro da comunidade científica, onde buscou-se verificar o comportamento dos grupos estudados quanto as referências das redes sociais virtuais em suas produções acadêmicas, essa pesquisa teve como objeto de análise a Biblioteca de Digital Brasileira de Teses e Dissertações – BDTD na Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC na qual foram analisadas as três grandes áreas do conhecimento: Ciências Humanas, Exatas e Saúde representadas por dissertações divididas entre os cursos de Pós- Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Biotecnologia, Ciência da informação, Física, Nutrição e Saúde Pública. A coleta de dados foi realizada em novembro de 2012 e no total foram analisadas 81 produções científicas, onde constatou-

se que apenas 16 utilizam as redes sociais como parte do referencial teórico de seus trabalhos, de modo estatístico é representado por um total de 19,75%.

Na pesquisa, foram encontradas 8 redes, dentre elas está o Blog, Wikipédia, Wiki, E-mail, Flickr, Fotolog, Youtube e Smile, sendo o blog o mais citado, aparecendo 18 vezes nos trabalhos científicos, e a área do conhecimento que mais utilizou as redes sociais foi a Ciência da Informação citando 6 das 8 encontradas na coleta de dados. O que de acordo com os autores trata-se de uma ciência que estuda as relações de informação e comunicação e dessa forma compreende a relevância dessas fontes e as demais áreas do conhecimento devem refletir a usabilidade e importância dessas redes dentro das produções científicas acadêmicas (TAVARES, et. al. 2013).

É evidente que a utilização das redes sociais virtuais incorporada a comunidade acadêmica ainda é bastante recente, porém como parte dos resultados destas pesquisas os autores destacam ainda que tais fontes fornecem uma busca e recuperação imediata na obtenção de informação a fim de construir o conhecimento necessário para o pesquisador sendo também um meio de alcance para as fontes formais de pesquisa. As redes sociais ultrapassam o âmbito acadêmico/científico e, com a internet, conquistam novos adeptos, “aglutinando pessoas com objetivos específicos, ou apenas pelo prazer de trazer à tona ou desenvolver uma rede de relacionamentos”. (TOMAÉL; ALCARÁ; CHIARA, 2005, p.95).

Martins (2015) traz uma reflexão sobre o “lugar” de aprendizagem na atualidade e destaca as redes sociais virtuais como espaços de simples interações sociais, de mobilização e organização, com a possibilidade de se constituírem em lugar de aprendizagem.

[...] enquanto o paradigma educacional remete à sala de aula, a nova geração está cada vez mais conectada em redes sociais virtuais. Inclusive, muitas vezes, mesmo estando em salas de aula, alunos se encontram mais presentes e participantes nas redes sociais. Essa realidade aponta para a necessidade de reflexão que vai além da sala de aula virtual. Se os alunos estão nas redes sociais, não seria ali também um espaço de educação e aprendizagem?

Castells (2000) destaca que com inovação a tecnologia da informação fez uso de seus conhecimentos adquiridos para produzir plataformas que são espaços de interação capazes de gerar, armazenar, recuperar e transmitir informações e que atualmente nos apresentam as redes sociais virtuais que por sua vez são consideradas os meios pelos quais muitos indivíduos se expressam. Ângelo (2015) destaca que essas redes, são utilizadas como redes de comunicação acerca de política, cultura, ideias, instrumento de entretenimento, *network*, onde se compartilham e disseminam informação e conseqüentemente criam interações mútuas nos espaços digitais.

Diversas áreas têm enxergado dentro das redes sociais o potencial de difusão da informação que ocorrem através das interações e conexões existentes entre seus usuários, para Recuero (2009), a internet possibilitou que as pessoas compartilhem informações de modo interativo em um curto espaço de tempo, o que altera o fluxo e a quantidade de conteúdo que circulam dentro dessas redes. Para compreender os fluxos informacionais, deve atentar aos valores atribuídos ao conteúdo das informações compartilhadas, esses valores são denominados de “capital social¹⁴” possui uma função importante na difusão de informação. A autora destaca duas tipologias dentro das redes, o capital social relacional que está interessado em criar e manter laços sociais. E também o capital social cognitivo onde as informações compartilhadas pelas redes virtuais possuem em seu conteúdo um maior apelo informacional, acerca disso Recuero (2009, p.119) aponta que “o objetivo de difundir uma notícia de um jornal em um Weblog, não é aprofundar laços sociais, mas especificamente informar ou gerar conhecimento”. Como por exemplo, a publicação ou compartilhamento no *facebook* de uma notícia sobre uma determinada lei que tenha sido sancionada recentemente.

2.3 COMPORTAMENTO E USO DA INFORMAÇÃO

Os Estudos de usuários se caracterizam como um conjunto de dados que possibilitam analisar qualitativa e quantitativamente, os hábitos de informação dos usuários. Para Dias e Pires (2004, p.11), trata-se de “[...] uma investigação que objetiva identificar e caracterizar os interesses, as necessidades e os hábitos de uso de informação de usuários reais e\ou potenciais de sistema de informação”.

O comportamento de busca e uso da informação já vem sendo estudado desde a década de 1940, no entanto, estes tinham uma abordagem diferenciada das que são realizadas na atualidade. No início, esses estudos, segundo Wilson (2000), tinham uma tradição positivista e centrava-se em estudos quantitativos que apresentavam, por exemplo, a quantidade de visitas na biblioteca e as estatísticas de uso dos livros nas estantes. Esses dados pouco contribuíam para a percepção do comportamento humano nesses contextos e, aos poucos, foram evoluindo para uma abordagem mais alternativa com foco no comportamento do usuário. De acordo com Martinez-Silveira e Oddone (2007), a partir dos anos 1980, as pesquisas sobre necessidades e comportamentos informacionais desviaram o foco dos sistemas e passaram a dar mais atenção

¹⁴ Valor relacionado às conexões sociais obtidos através do pertencimento a um grupo social.

aos aspectos do usuário atribuindo mais destaque a sua função na transmissão de informação. Ferreira (1995, n.p.) destaca que, para

[...] os usuários, esta nova abordagem concebe os indivíduos como pessoas com necessidades cognitivas, afetivas e fisiológicas fundamentais próprias que operam dentro de esquemas que são partes de um ambiente com restrições socioculturais, políticas e econômicas. Essas necessidades próprias, os esquemas e o ambiente formam a base do contexto do comportamento de busca de informação

Dessa forma, o comportamento informacional está relacionado a todos os fatores de busca, uso e fontes utilizadas que levam a satisfazer as necessidades informacionais de determinado indivíduo, portanto, as necessidades levam o indivíduo a sua etapa básica que é a busca, fase que a princípio pode aparentar simples, mas requer dos indivíduos planejamento, reflexão, conhecimento e seleção dos locais de pesquisas (fontes/sistemas de informação), pois tais fatores influenciam diretamente no desenvolvimento e resultado da busca. Para Martinez-Silveira e Oddone (2007) o “Comportamento informacional é todo comportamento humano relacionado às fontes e canais de informação, incluindo a busca ativa e passiva de informação e o uso da informação”.

Em função disso, o uso da informação também possui elementos cognitivos, isso se dá quando ocorre a interação entre a pessoa e a informação encontrada, é necessário que seu conteúdo seja analisado, interpretado e compreendido para posteriormente tornar-se conhecimento, exercendo assim sua capacidade de aprendizado. A respeito desse aspecto vale salientar que:

[...] o uso da informação consiste em atividades cognitivas realizadas pelo indivíduo que a transforma em conhecimento. Dessa maneira, o sujeito se utiliza de habilidades intelectuais complexas, como a percepção, a seleção, a interpretação e a avaliação da informação para torná-la significativa (SECO; SANTOS; BARTALO, 2016, p. 49).

A definição de necessidade informacional de acordo com Wilson (1981) é uma experiência de caráter particular que se processa na mente de um indivíduo e não é perceptível a outro, ou seja, tal necessidade só pode ser percebida caso o indivíduo a expresse, é de caráter subjetivo. O autor ainda afirma que as necessidades são provenientes de alguns fatores, como por exemplo, condições cognitivas que estão relacionados aos processos de raciocínio, percepção e aquisição de conhecimento, afetivas ligadas ao desenvolvimento psicológico e ou emocionais do ser humano.

Para Martinez-Silveira e Oddone (2007), às necessidades de informações geralmente surgem de condições referentes às atividades profissionais de cada sujeito, entretanto tais

condições podem ser motivadas por diversos elementos como profissão, especialização, idade e localização. Ainda sobre a perspectiva profissional as autoras defendem o pensamento de que os estudos relacionados às necessidades de informação devem ser realizados delimitando áreas ou mais especificamente por grupos de usuários, visto que as necessidades possuem atributos mais gerais devido às influências causadas por elementos afetivos. Acerca dessa perspectiva é importante ressaltar que:

[...] influenciadas principalmente por fatores pessoais, as necessidades informacionais apresentam características mais gerais quando analisadas por grupos de usuários, uma vez que as particularidades e o contexto de cada grupo podem determinar certo padrão. (MARTINEZ-SILVEIRA; ODDONE, 2007, p. 120).

Para discutir a necessidade e uso informacional no tocante aos fatores profissionais, deve-se destacar alguns aspectos que possivelmente podem diferenciar-se de uma área para outra, conforme exemplifica Bresnick, (1988) apud Martinez-Silveira e Oddone (2007), quando destacam que os advogados dispõem de necessidades frequentes a respeito de suas causas e processos atendidos, sendo assim trabalham com uma ampla variedade de informação o que provoca e se faz necessário o uso de diversos tipos de fontes informacionais para suas pesquisas.

2.3.1 Modelos de comportamento informacional

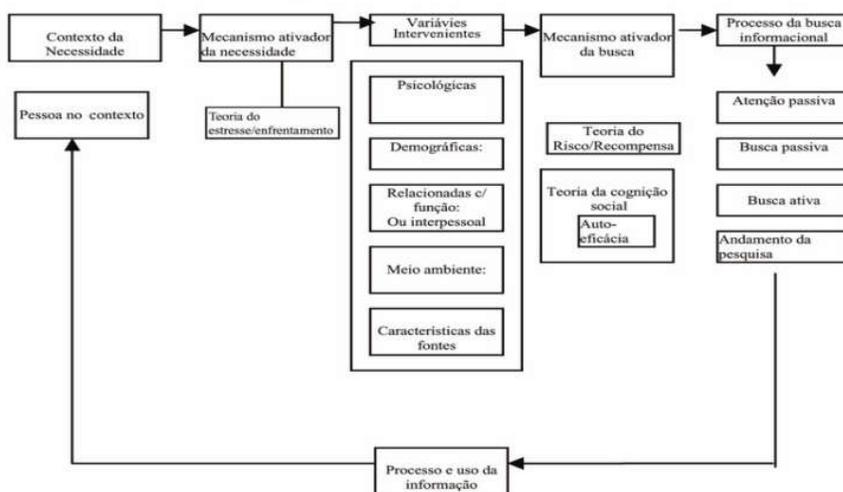
Neste ponto, serão apresentados alguns modelos de comportamento informacional existentes na literatura, onde serão descritos as causas e consequências que englobam os processos e etapas da identificação de necessidade, busca e uso de informações.

2.3.1.1 Modelo de Thomas Wilson

O modelo de Thomas Wilson desenvolvido, em 1981, fundamenta as necessidades de informações nos aspectos psicológicos, físicos e cognitivos, características que são intrínsecas à personalidade de cada indivíduo e relacionando-se diretamente com as funções exercidas por cada um em meio a sociedade, seja em ambiente político, econômico e tecnológico, podendo assim influenciar em seu comportamento. O autor qualifica que a percepção da necessidade informacional é de natureza secundária proveniente de uma carência primária como por exemplo alimentação e moradia. Em 1996, o modelo foi atualizado no qual foi adicionado os primeiros conceitos de mecanismos de ativação, caráter cíclico da busca, importância do

contexto e categorização de variáveis intervenientes, envolvidas com os aspectos individual, social e ambiental dos indivíduos.

Figura 2 - Modelo revisado de comportamento informacional de Wilson

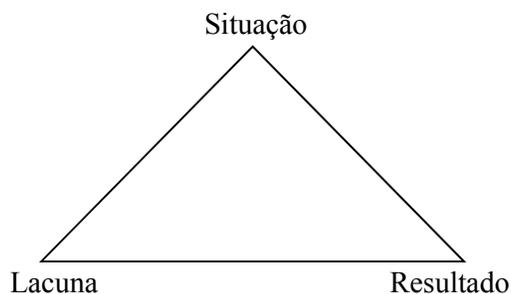


Fonte: Wilson, 1999

Acerca do modelo de Wilson, é relevante destacar seus conceitos básicos onde a princípio abordam o contexto da necessidade onde são apontadas as circunstâncias que estimulam o surgimento da necessidade informacional. Em seguida, tem-se o mecanismo ativador que detém a função de identificar os aspectos que motivam a necessidade podendo ser de origem cognitiva, emocional ou fisiológica. As variáveis interferentes são os fatores que podem dificultar as iniciativas de busca. E o processo da busca informacional que consiste em identificar e descrever o tipo de busca realizada pelo indivíduo.

2.3.1.2 Modelo de Brenda Dervin

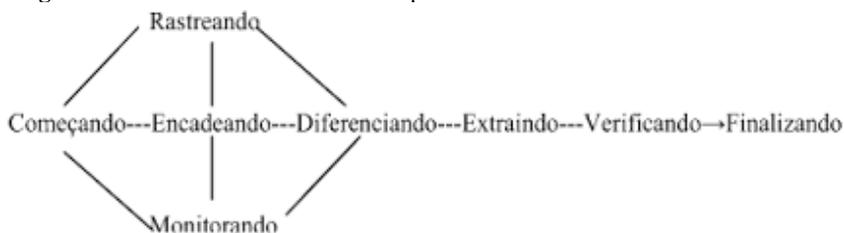
O modelo que ficou conhecido como *sense-making* que traduzido significa fazer sentido, foi desenvolvido por Brenda Dervin em 1983 e analisa como os usuários se comportam durante o processo da construção de sentidos e fundamenta-se em três elementos centrais, o primeiro é o de situação que especifica o contexto onde surge o problema informacional, o segundo seria a lacuna que simboliza o momento de percepção da necessidade de informação e por último o resultado que representa a consequência desse processo de *sense-making*.

Figura 3 - Estrutura do modelo do sense – making de Dervin.

Fonte: Dervin, 1983

2.3.1.3 Modelo de Ellis

O modelo de Ellis criado em 1989 trata-se de uma série de categorias de ações que exemplifica todo o processo da busca informacional. A atividade de começar indica o início da busca; o encadear consiste em prosseguir com a busca; diferenciar é filtrar e selecionar; monitorar (continuar revendo as fontes identificadas como essenciais); extrair (trabalhar sistematicamente com as fontes de interesse); verificar é conferir a veracidade da informação) e finalizar. As Inter-relações ou interações entre essas categorias em qualquer padrão individual de busca informacional dependerão das circunstâncias específicas da busca em questão naquele momento particular.

Figura 4 - Estrutura do modelo de comportamento informacional de Ellis – 1989

Fonte: Ellis, 1989

2.3.1.4 Modelo de Taylor

O modelo de Taylor desenvolvido em 1986 baseia-se na abordagem de valor agregado, ou seja, na elaboração de um processo capaz de transformar dados sem nenhum significado em informação útil. Mesmo tendo sido criado antes das atuais mudanças tecnológicas que vivenciamos, atualmente esse modelo busca identificar as necessidades e motivações do usuário a partir da avaliação e conceitos de sistemas de informação considerando tais sistemas

ferramentas essenciais para agregar valor à satisfação das necessidades dos usuários. (FURTADO; ALCARÁ, 2015.).

2.3.1.5 Modelo de Karol Kuhthau

O modelo de Kuhthau conhecido como *Information Search Process* (ISP) relaciona os estágios do processo de busca com os sentimentos, pensamentos e ações do indivíduo, esses processos influenciam diretamente as estratégias para a recuperação da informação, pois promovem aspectos cognitivos que são estimulados a fim de obter a geração de conhecimento através das informações que foram adquiridas. (PIRES, 2012).

Quadro 1 - Processo de Busca da Informação (ISP)

Estágios do ISP	Sentimentos a cada estágio	Pensamentos comuns a cada estágio	Ações comuns a cada estágio
1. Início	Incerteza	Generalizados	Buscando Informações Gerais
2. Seleção	Otimismo	-----	-----
3. Exploração	Confusão / Frustração / Dúvida	-----	Buscando informações relevantes
4. Formulação	Clareza	Específicos / Claros	-----
5. Coleta	Senso de direção / Confiança	Aumento do Stress	Buscando informações focadas
6. Apresentação	Alívio/ Satisfação ou Frustração	Focado	-----

Fonte: Kuhlthau (1991, p.363, traduzido por Pires, 2012, p.299)

De acordo com Pires (2012), todos os processos do modelo influenciam para uma boa recuperação da informação, pois contribuem para a utilização de aspectos cognitivos que estão relacionados aos processos de raciocínio e aquisição de conhecimento através das informações adquiridas. Acerca disto, é importante ressaltar que:

As questões do ISP estão associadas à complexidade perante a construção de uma busca mais completa para obtenção informacional [...] o processo na recuperação da informação abriga complexas tarefas que vai além da diminuição da incerteza, na qual esta mesma é associada com tarefas mais complexas e pode aumentar com o recebimento de mais informações. (KUHLLTAU, 2004, n.p. apud PIRES, 2017 p, 300).

Sendo assim, é necessário que o usuário saiba especificar o tipo de informação de informação que necessita, pois com a clareza de pensamentos o sentimento de confiança aumenta e conseqüentemente proporciona uma melhor precisão na recuperação da informação.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia é essencial para a produção e desenvolvimento de uma pesquisa científica, por meio de métodos e técnicas que auxiliam na produção de etapas como planejamento, organização, análise e identificação dos elementos que irão compor o tema de seu trabalho, além de contribuir no processo de construção de um senso crítico e conhecimento científico do indivíduo.

Nesse sentido, a pesquisa tem um caráter exploratório com a finalidade de contribuir na busca de informações e conhecimentos prévios acerca da temática estudada. A respeito disto, Gil (2005, p. 27) destaca que “as pesquisas exploratórias têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”. Ou seja, possibilita a definição e a delimitação do tema da pesquisa, através de uma revisão de literatura, referenciando diferentes autores discutindo o mesmo conteúdo.

A revisão de literatura foi realizada através de levantamento bibliográfico em fontes primárias e secundárias por meio de bases de dados, bibliografias, catálogos, livros, artigos científicos, com o intuito de conceder fundamentação teórica as análises proferidas na pesquisa. Michel (2009) destaca que essa etapa é de suma importância para amparar o processo de pesquisa, nessa etapa resume-se os resultados dos estudos realizados por outros autores que irão embasar as interpretações e conclusões, garantindo cientificidade a pesquisa e a neutralidade do pesquisador.

Para coleta dos dados, o questionário foi utilizado como instrumento, este, para Michel (2009), se configura-se como um bom instrumento de coleta de dados numa pesquisa quali-quantitativa. O questionário estruturado foi elaborado contendo perguntas abertas e fechadas a respeito do comportamento de busca nas redes sociais pelos estudantes. As questões foram baseadas nos objetivos da pesquisa que pretendeu analisar o comportamento de busca e uso de redes sociais virtuais como fonte de informação e pesquisa.

O questionário foi aplicado em sala de aula no Departamento de Ciência da Informação, no Centro de Artes e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, para os alunos do 2º período matriculados nos cursos de Bacharelado em Biblioteconomia e Gestão da Informação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) uma média de 90 alunos. A escolha desse corpus foi motivada principalmente devido ao fácil acesso e contato com os mesmos.

Como destacado, a pesquisa possuirá uma abordagem quali-quantitativa, pois, nesta modalidade, além de analisarmos e interpretarmos os dados obtidos através do questionário, teremos de calcular e tabular os mesmos por meio de ferramentas estatísticas, podendo ser gráficos, tabelas ou porcentagens. Para Michel (2009, p. 39), esse tipo de pesquisa submete seus resultados a uma análise crítica qualitativa a partir da quantificação e percentualização de

opiniões. “Isso permite levantar atitudes, pontos de vista, preferências que as pessoas têm a respeito de determinado assunto”.

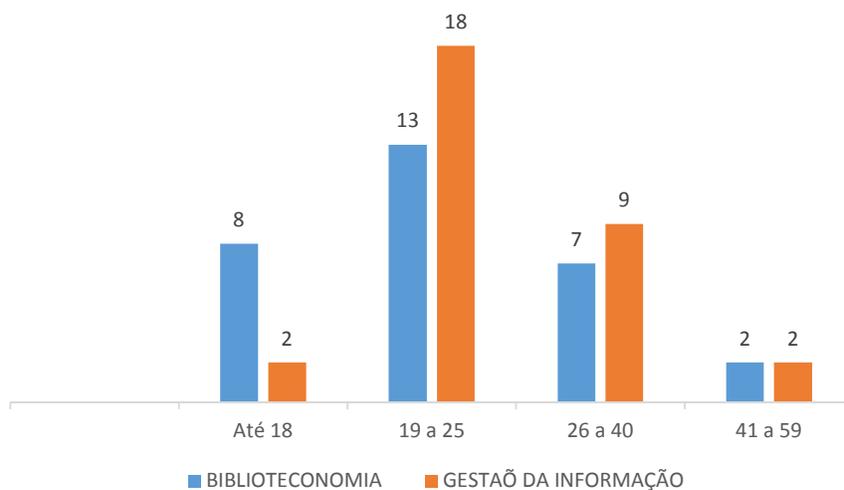
A realização da presente pesquisa obedecerá aos preceitos éticos da Resolução 466/12 ou 510/16 do Conselho Nacional de Saúde.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Neste capítulo, serão apresentados os dados obtidos através do questionário respondido pelos estudantes participantes da pesquisa dos respectivos cursos de Biblioteconomia (BI) e Gestão da informação (GI) da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE. Os dados serão exibidos e analisados conforme a abordagem metodológica quali-quantitativa, proposta com o intuito de adquirir informações relevantes para o desenvolvimento do trabalho.

Com relação a faixa etária dos estudantes dos cursos de Biblioteconomia e Gestão da informação pesquisados, destaca-se o número total de 61 universitários (30 de BI e 31 de GI), com exceção de apenas dois alunos matriculados em períodos diferentes, os demais afirmam cursar o segundo período letivo.

Gráfico 1 - Faixa Etária

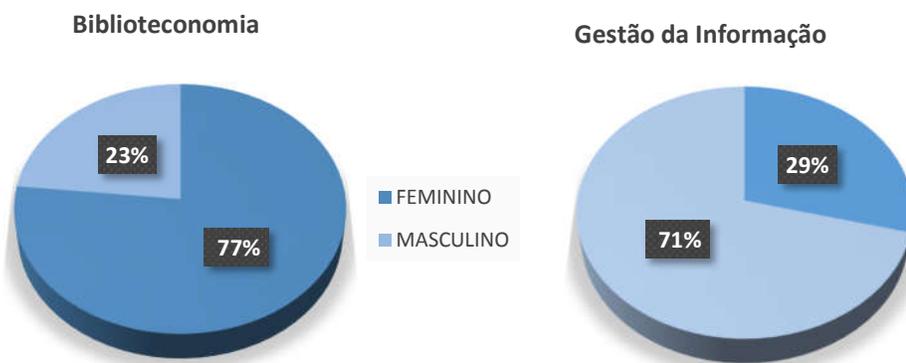


Fonte: Dados da Pesquisa

De acordo com o gráfico 1, pode-se observar que a turma do curso de Biblioteconomia possui o maior número de estudantes mais jovens em relação ao curso de Gestão da informação. Isso pode se dar devido ao curso de GI ser noturno o que ocasiona a incidência de alunos mais velhos.

A respeito do sexo dos alunos participantes da pesquisa, notou-se que as mulheres aparecem como predominantes no curso de Biblioteconomia (dos 30 alunos participantes da pesquisa 23 são mulheres, o que equivale a 77% da turma), com exceção do crescente número de homens que cada vez mais tem despertado o interesse pela área e conseqüentemente tem ingressado no curso,

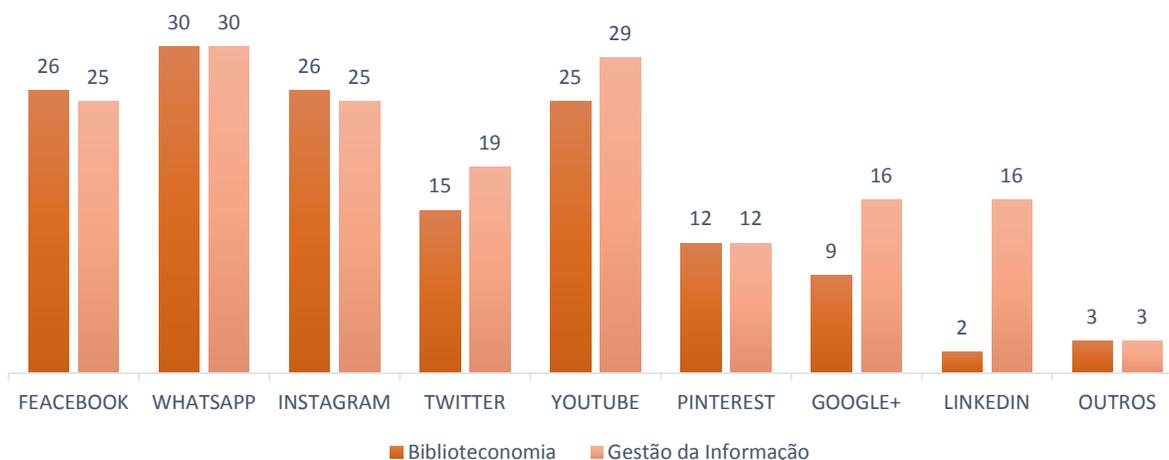
Gráfico 2 - Sexo



Fonte: Dados da Pesquisa

Segundo pesquisa científica publicada em 2006, relata que a profissão de bibliotecário ainda possui predominância feminina. Em relação a Gestão da informação ocorre o contrário, os homens são maioria no curso se comparado às mulheres. (dos 31 participantes da pesquisa 22 são homens, equivalente a 71% dos alunos).

Em consonância com os dados citados no referencial teórico deste trabalho a respeito das redes sociais virtuais mais utilizadas no Brasil atualmente, com a coleta de dados desta questão (onde foi permitido que os estudantes escolhessem mais de uma opção) e seus respectivos resultados reforçam o fato de que o WhatsApp, o facebook, o youtube e o Instagram figuram entre as redes sociais mais utilizadas e populares entre os estudantes pesquisados.

Gráfico 3 - Redes Sociais Utilizadas

Fonte: Dados da Pesquisa

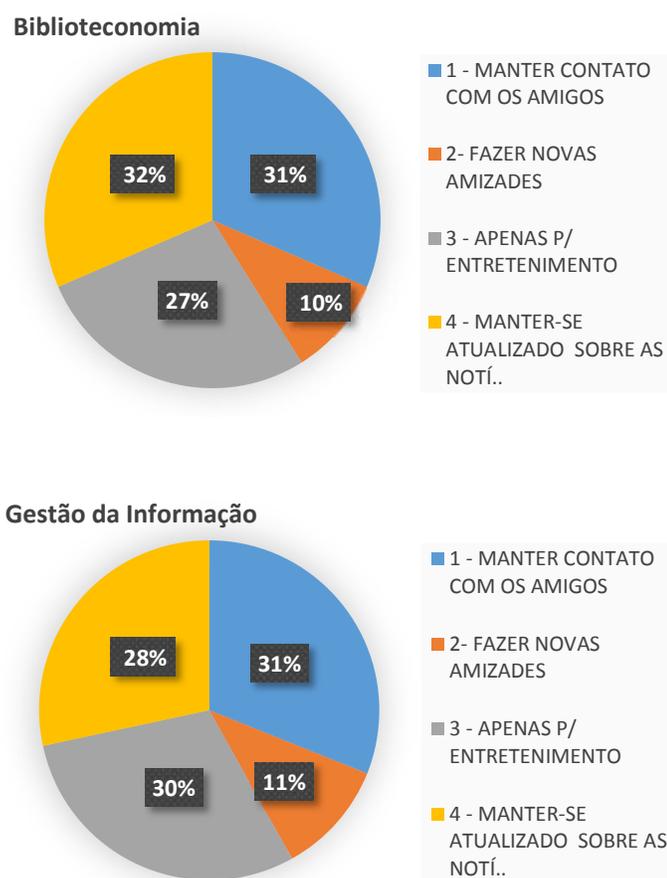
É notório que a maioria das redes sociais virtuais citadas nesta questão são utilizadas basicamente em mesma escala pelos estudantes de ambos os cursos, porém constatou-se uma discrepância em relação ao LinkedIn, apenas dois estudantes de Biblioteconomia o citaram, em contrapartida ele é amplamente utilizado pelos alunos de Gestão da informação, visto que sua principal área de atuação é a empresarial e corporativa, sendo este um perfil mais observado nesses alunos, acredita-se que por estas razões tenham mais afinidade com o LinkedIn que trata-se de uma rede social profissional e também conhecida como rede de negócios, especificamente voltada para a interação de profissionais de diversas áreas com o intuito de criação de *network*.

Além das redes sugeridas na pergunta, foram citadas pelos alunos outras opções consideradas por eles como redes sociais tais como: Telegram, Tinder, Tumbler, Pokémon-GO, e E-mail. Porém, vale salientar que em relação ao Pokémon – GO esta se trata apenas de um jogo de realidade aumentada voltado pra smartphones e não se configura como uma rede social virtual. As demais, muito embora tenham características diferentes, são consideradas nesse contexto, contudo alguns autores considerem o Email como uma ferramenta de comunicação pessoal e não como uma rede social.

Na questão sobre a utilidade atribuída as redes sociais os estudantes poderiam responder mais de uma opção, o fato de serem utilizadas com a função de entretenimento e manter relações de amizade é característico das redes sociais, porém destaca-se o resultado das mesmas serem utilizadas como “fontes de apuração e atualização de notícias” pela maioria dos

participantes da pesquisa, tanto em Biblioteconomia quanto em Gestão da Informação. Dados de pesquisas recentes, já mencionados anteriormente, evidenciam e comprovam essas afirmações, grandes mídias como TV, rádio e jornal tem investido em redes sociais virtuais como um meio de comunicação a fim de chegar em seus leitores e ou telespectadores, por serem espaços dinâmicos onde o compartilhamento de informações ocorre de forma rápida e por consistirem em ambientes que geram bastante visibilidade.

Gráfico 4 - Finalidades a qual as redes sociais são utilizadas



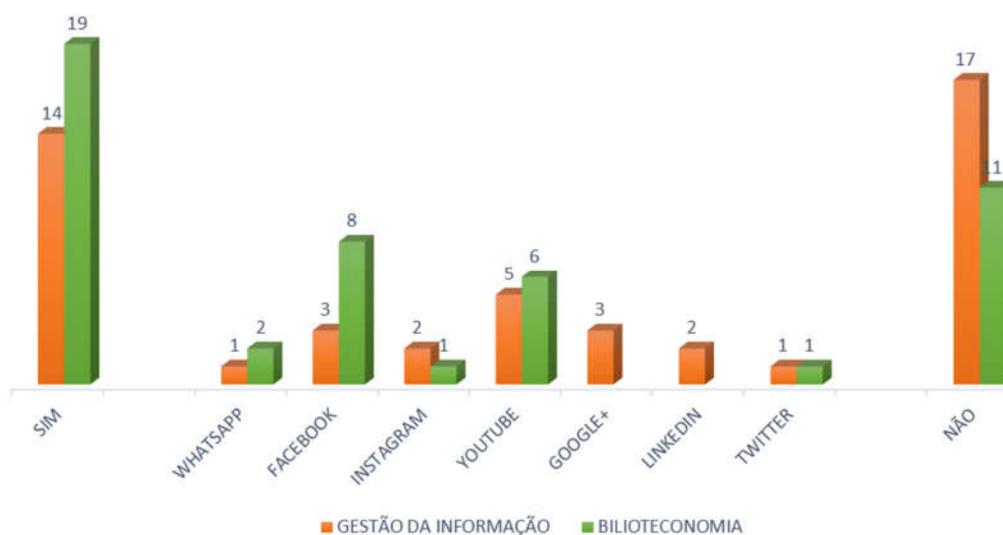
Fonte: Dados da Pesquisa

A função informativa dessas redes não pode ser totalmente menosprezada, mesmo que esteja baseada na busca e disseminação de notícias, como forma de se atualizar e se situar no mundo. Pode-se observar também que alguns canais do Youtube, por exemplo, têm essa função formadora, pois traz possibilidades educativas quando disponibiliza em sua plataforma vídeo-aulas, resenhas e conteúdos trabalhados no sistema formal de ensino. Para Martins (2015, n.p.)

para além da formalidade dos espaços de ambientes virtuais constituídos como na educação a distância, por exemplo, “as redes sociais virtuais, podem se constituir também como espaços de aprendizagem, a partir de uma intencionalidade ou mobilização”. Pois, sendo essas redes globais possibilitaria do “ponto de vista da aprendizagem, uma complexidade de elementos que poderiam ser enriquecedores, mobilizadores e integradores de saberes e culturas muito diferentes”.

Ao serem questionados se utilizam as redes sociais virtuais como fonte de informação e pesquisa em seu curso de graduação 40% dos alunos de Biblioteconomia afirmaram que sim (19 dos 30 integrantes da pesquisa) em comparação com alunos do curso de Gestão da informação o número foi inferior, visto que apenas 31% (14 dos 31 participantes) declararam fazer uso das redes como fontes de algum tipo de pesquisa.

Gráfico 5 - Redes Sociais como Fonte de Informação e Pesquisa



Fonte: Dados da Pesquisa

De acordo com os dados do gráfico, nota-se que com exceção do Twitter e do Google+, os estudantes de BI e GI elencaram as mesmas redes sociais virtuais que utilizam com esta finalidade. Pires (2012) destaca que as tecnologias encontraram os meios para organizar e disseminar informação de maneira atrativa para a sociedade e, com isso, consequentemente a cada dia, mais os indivíduos as utilizam como canais informacionais e de comunicação, a

seleção dos locais onde se buscam as informações é uma das etapas do processo de comportamento informacional e que conciliado com as redes sociais ocorre de maneira ágil e acessível. “Conseqüentemente essa prática torna-se mais difundida e utilizada, minorando os problemas enfrentados nesse procedimento pela utilização de recursos tecnológicos para este fim” (PIRES, 2012, p. 289).

Os resultados nos mostram que 61% dos estudantes responderam que não utilizam as redes sociais virtuais com estes fins, entre as justificativas foram mencionadas diversas vezes o fato de não as considerarem como “fontes confiáveis”, “não possuir o conteúdo desejado” e também por conter “grande propagação de *fake News*” nesses espaços, ou seja, há um grande problema de confiabilidade o que vem a se tornar limitações que impossibilitam a legitimação de tais sistemas como fontes formais de informação e pesquisa. As características das fontes são representadas no modelo de Wilson (1999) como uma variável interveniente onde está diretamente ligada ao processo de busca informacional onde são considerados os aspectos de acesso e credibilidade na função de canais de comunicação. Esse tema será discutido questões seguintes.

Para melhor representar as temáticas pesquisadas nas redes sociais virtuais pelos integrantes da pesquisa foram desenvolvidas categorias, o que demonstra os diversos interesses destes estudantes quando utilizam as redes sociais para se informarem. As categorias estão expostas no quadro abaixo conforme respostas dos pesquisados.

Quadro 2 - Assuntos ou matérias pesquisados nas redes sociais

Entretenimento	Profissional	Acadêmicos
Música / Bandas	Emprego	Ciência da Informação
Esporte / Futebol / Vôlei	Estágio	Videoaulas
Filme / Documentário	Network	Cultura
Viagens		Sobre a UFPE
Memes		Notícias / Novidades do Curso
Conhecer Novos Amigos		Tecnologia
		Artigos
		Livros
		Áreas Interdisciplinares
		Direito; psicologia; economia; artes; educação. Filosofia.

Notícias / Atualidades	Assuntos Diversos	Bem-Estar
Notícias do Cotidiano / jornalísticas	Política	Saúde
Personalidades da Mídia	Religião	Fitness
Fofoca	Gastronomia	Cabelo
	Mundo Nerd	Moda
	Carros	Beleza
	Fotografia	
	Tatuagem	
	Jogos	

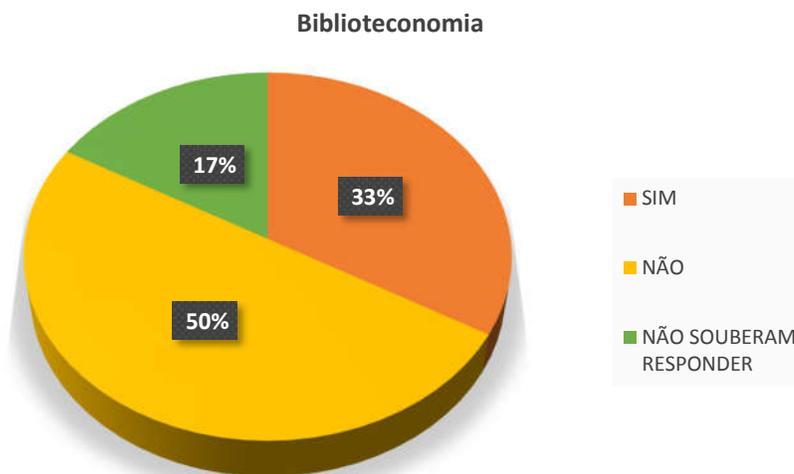
Fonte: Dados da Pesquisa

O interesse na busca de informações se dá por diversos fatores, estudos de comportamento informacional relacionam a questão do interesse com a necessidade informacional que é caracterizada pela percepção de uma lacuna, um espaço vazio que precisa ser preenchido, o que desencadeia todo o processo de busca. Acerca disto, é válido salientar que:

O que caracteriza primeiramente a curiosidade informativa é a procura de actualização constante. Só as últimas notícias satisfazem e, como tal, há que assegurar que as notícias recebidas sejam as mais recentes, que não haja ainda notícias posteriores. Sendo o fluxo dos acontecimentos incessante, isso obriga a acompanhar esse fluxo, a estar sempre à frente. (FIDALGO, 1996, p.3)

Portanto, o interesse da busca pela informação está relacionado a uma curiosidade que, por sua vez, pode representar uma certa insatisfação de permanecer desatualizado sobre determinado assunto, o que faz com que constantemente mantenham ativos os processos de busca e uso das informações.

A respeito do uso das informações encontradas após a busca que tem por objetivo suprir uma lacuna representada pela necessidade da informação, que segundo Dervin (1983), faz parte da construção de sentidos que englobam o processo de comportamento informacional, relaciona-se também com o que Taylor (1986) chama de abordagem de valor agregado, no qual o indivíduo pode encontrar dados que não fazem sentido algum e transformá-los em conhecimento. Podemos vincular tal processo com as informações de caráter acadêmico que figuram diversas vezes entre as respostas dos participantes da pesquisa.

Gráfico 6 - Confiabilidade das Informações Disponíveis em Redes Sociais Virtuais

Fonte: Dados da Pesquisa

Segundo os dados representados no gráfico acima, apenas 10 dos 30 alunos participantes da pesquisa consideram as informações contidas nas redes sociais virtuais como confiáveis, destes 33% justificaram suas afirmativas com algumas ressalvas tais como “verificar a autenticidade das informações em fontes primárias”, “somente utilizar redes sociais ligadas as grandes fontes midiáticas que tenham prestígio (redes sociais de jornais como EL País)”.

Metade dos alunos questionados alegou que não consideram tais informações confiáveis e justificaram suas negativas conceituando-as como notícias falsas, tendenciosas, possuem versões contrárias, o fato de qualquer pessoa ter a liberdade de falar o que querem nesses espaços, a necessidade de sempre ter que confirmar a autenticidade da informação, informações são proferidas de forma anônima, muitas vezes compartilhadas através de perfis *fakes*, não passam credibilidade, *fake News*, manipulação de dados e matérias mal estruturadas foram as razões pelas quais não dão credibilidade a informações procedentes das redes sociais virtuais.

Gráfico 7 - Confiabilidade das Informações Disponíveis em Redes Sociais Virtuais

Fonte: Dados da Pesquisa

Dos 31 estudantes apenas 7 declaram ser confiáveis as informações compartilhadas em redes sociais virtuais e algumas justificativas foram que as redes sociais são “meios que interligam muitos alunos e professores com o objetivo de compartilhar o conteúdo das aulas”, outro motivo apontado é o fato de que em relação a uma rede social específica (Facebook) acredita ser autêntica, por “confiar nas pessoas que compartilham as informações”.

Os dados que representam os resultados negativos acerca da confiabilidade destas redes são maiores se relacionarmos com os dos alunos de Biblioteconomia, pois 75% dos estudantes de Gestão da informação não dão confiabilidade às informações das redes sociais virtuais. Alguns dos motivos apontados foram “a produção de dados diversificada”, “*fake News*”, “divulgação de informações sem checar a veracidade da fonte (fonte primária/ formais)”, “necessidade constante de checar as fontes originais”, “manipulação do usuário por meio de dados”, “por não serem fontes primárias podem ser altamente manipuladas”, só consideram confiáveis instituições de grande prestígio como por exemplo INEP e CNN;

É notório que tanto justificativas positivas e negativas sobre a credibilidade de informações e conteúdos advindos das redes sociais virtuais se repetem entre as respostas dos dois grupos participantes, em grande parte destaca-se o fato das redes sociais não serem consideradas ao menos uma fonte informal e a atribuição de credibilidade somente as grandes mídias como jornais e revistas e a instituições de pesquisas de renome, isso se dá também pela

sociedade creditar a esses veículos de comunicação caráter imparcial, formatos de texto agradável e escrita aceitável, sem levar em consideração alguns critérios de análise como, opinião, inclinações ideológicas, interesses financeiros e políticos. (CERIGATTO; CASARIN, 2017).

Uma justificativa em especial traz uma reflexão sobre a legitimação das redes sociais virtuais como fontes de informação, quando um dos participantes da pesquisa alega que nem todas as informações são confiáveis, mas servem como tema busca (ponto de partida) isso nos leva refletir que as redes sociais virtuais ainda não possuem o status de fonte tradicional de pesquisa, porém são consideradas pelos próprios usuários os meios pelos quais podem chegar a uma fonte de informação primária. Devido sua grande abrangência e visibilidade esses meios nos trazem diariamente notícias, opiniões, dados, entretenimento, sobre as temáticas mais diversas por meio de mensagens de textos, imagens ou vídeos.

Cerigatto e Casarin (2017) destacam que na área de Ciência da Informação predominam estudos que focam, principalmente, o uso de fontes de informação tradicionais e formais e por isso essa área tem se preocupado em desenvolver e estudar critérios de avaliação de fontes de informação, muito embora esses critérios estejam voltados para observar pontos que não advogam que essas fontes possam ser úteis a pesquisa acadêmica/científica.

As autoras antes citadas dizem que esses padrões de avaliação estudados são úteis em determinadas situações de busca de informação, no entanto para avaliar os conteúdos das mídias eles não são satisfatórios. Segundo as autoras ninguém utiliza essas mídias como “recurso” de consulta de informações, mas elas “fazem parte de nossas vidas habitualmente”. Ninguém as utiliza para “procurar” uma informação específica - no entanto tal meio de comunicação é uma fonte de informação porque está o tempo todo nos fornecendo imagens de mundo, visões, opiniões, dados, notícias, e mesmo o entretenimento que influencia nossa formação” (CERIGATTO; CASARIN, 2017, p. 165-166).

As autoras destacam ainda que a área de competência informacional deva se atentar para a relevância dessas mídias como fontes de informação e buscar desenvolver estudos que levantem habilidades críticas e não apenas estudos de avaliação das fontes:

Assim, não se trata de classificar mensagens da mídia como confiáveis ou não confiáveis, verdadeiras ou falsas, seguindo uma lista de padrões, mas de desenvolver habilidades que tornem os indivíduos capazes de entender a construção da mensagem e todos os aspectos envolvidos nessa construção, formando um leitor crítico (CERIGATTO; CASARIN, 2017, p.166).

Portanto pode-se entender que os leitores não são preparados para utilizarem as redes sociais virtuais como fontes formais ou informais de pesquisa, pois os mesmos ainda não dispõem de condições de avaliar criticamente as informações provenientes das mesmas, visto que constantemente estão sendo influenciados pelo conteúdo dessas redes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a dinamicidade global em que vivemos atualmente mudanças tem se tornado uma constante e muitas das vezes afetam diretamente o comportamento dos indivíduos, com o passar do tempo o modo como as pessoas vêm se comunicando e interagindo em sociedade tem se modificado, essas transformações se devem muito ao avanço tecnológico e se intensificou ainda mais com o surgimento da internet.

Neste sentido, as redes sociais virtuais, atualmente, vêm sendo consideradas os meios pelos quais muitos indivíduos compartilham e disseminam informação conseqüentemente, criando interações mútuas nos espaços digitais, facilitando a comunicação e o relacionamento entre seus usuários.

Deste modo a pesquisa buscou investigar se de fato há uma utilização de tais redes como objeto de fonte informacional por parte dos estudantes de Biblioteconomia e Gestão da Informação, traçando um perfil dos mesmos, analisando seu comportamento de busca e uso de acordo com suas necessidades informacionais.

Percebe-se com os resultados da pesquisa que as redes sociais virtuais (RSV) mais utilizadas pelos estudantes do segundo período dos cursos de Biblioteconomia e Gestão da Informação são o WhatsApp, Facebook, Youtube, Instagram, constatou-se também que tais redes são utilizadas para se informar sobre temas diversos e em sua maioria para manter contato com amigos e manter-se atualizado sobre as notícias, como também assuntos acadêmicos/científicos, verificou-se também que a utilização de tais redes se dá como um meio de se chegar a uma fonte primária.

Contudo, dados nos mostram que esses alunos consideram a confiabilidade das informações disponíveis nessas redes um obstáculo para utilizá-las como fonte tradicional de pesquisa. Dessa forma, tanto o comportamento de busca como de uso está encadeado por esta barreira de confiabilidade ao qual impedem a utilização das redes sociais virtuais como uma fonte formal ou informal de pesquisa. Pois, para ser considerada um meio tradicional de pesquisa é necessário que haja um uso frequente e um reconhecimento das mesmas em grande escala, pela comunidade científica. Para que ocorra uma mudança nessa perspectiva é fundamental que haja uma implementação da temática junto a grade curricular do curso de Biblioteconomia e Gestão da Informação, por meio das disciplinas deve abordar a aplicação das redes sociais como uma fonte informacional, como também métodos de análise do conteúdo de tais redes. Por fim, vale salientar a importância da continuidade de estudos acerca do assunto, por parte da comunidade acadêmica junto a seus pesquisadores, tendo em vista sua relevância

não só para a ciência da informação, mas como também para todas as áreas que possuem como objeto de estudo a comunicação.

REFERÊNCIAS

ALTERMANN, Dennis. **Qual a diferença entre redes sociais e mídiassociais? Mdiatismo**. 06 set. 2010. Disponível em: <<https://www.midiatismo.com.br/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais>>. Acesso em: 30 out. 2018.

ANGELO, Edna. Redes Sociais Virtuais na Sociedade da Informação e do Conhecimento: economia, poder e competência informacional. **Encontros Bibli** : revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, Santa Catarina, v. 23, n. 53, p.71-80, 2016.

As 10 redes sociais mais usadas do Brasil. **Ideal Marketing**. 16 out. 2018. Disponível em: <<https://www.idealmarketing.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas>>. Acesso em: 30 out. 2018.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Ação Política**. São Paulo: Paz e Terra, 2005, 435 p.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede: A era da Informação, Economia, Sociedade e Cultura**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. 617 p.

CERIGATO, Mariana Pícaro; CESARIN, Helen Castro Silva. As Mídias como fonte de informação: aspectos para uma análise Crítica. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 13, n. especial, p.155-176, 2017. Jan./jul.

DIAS, Maria Matilde Kronka; PIRES, Daniela. **Usos e usuários da informação**. São Carlos: EdUFSCar, 2004.

Digital in 2017: Global overview. Disponível em: <<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>>. Acesso em: 30 out. 2018.

FERREIRA, Sueli Mara Soares Pinto. Novos Paradigmas e Novos Usuários de Informação. **Ciência da Informação**, n. 2, v. 25, 1995. Disponível em: <http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/FERREIRA%20Novos%20paradigmas.pdf>

FIDALGO, António. **O consumo de informação. Interesse e curiosidade**. 1993. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-interesse-curiosidade-informacao.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

FURTADO, Renata Lira; ALCARÁ, Adriana Rosicler. **Modelos de Comportamento Informacional: uma análise de suas características**. 2015. Disponível em: <<https://www.marilia.unesp.br/Home/Eventos/2015/seminariodearquivologiaebiblioteconomia/furtado-r.l...pdf>>. Acesso em: 25 dez. 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2010. 184 p.

HORNHARDT, Rodrigo. **Virando a Pauta**. Disponível em: <<https://medium.com/@virandoapauta/51-das-pessoas-apontam-as-redes-sociais-como-fontes-de-informação>>. Acesso em: 07 jun. 2018.

MARTINS, Mariane Denise. Redes Sociais Virtuais: uma Reflexão sobre o lugar de aprendizagem. REDIN, n. 1, v., 4, novembro 2015. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/redin/article/view/278>

MARQUES, Lidiany Kelly da Silva; VIDIGAL, Frederico. Prosumers e redes sociais como fontes de informação mercadológica: uma análise sob a perspectiva da inteligência competitiva em empresas brasileiras1. **SciELO**: Scientific Electronic Library Online, Belo Horizonte, Mg, Brasil., v. 30, n. 1, p.1-14, 5 jun. 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/tinf/v30n1/2318-0889-tinf-30-1-0001.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes: Aplicação nos Estudos de Transferência da Informação. **IBICT**, Rio de Janeiro, p.71-80, 2001.

MARTELETO, Regina Maria. Redes Sociais, Mediação e Apropriação de Informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação. **Pesq. bras. ci. inf.**, Brasília, v.3, n.1, p.27-46, jan./dez. 2010

MARTÍNEZ-SILVEIRA, Martha; ODDONE, Nanci. Necessidades e comportamento informacional: conceituação e modelos. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 36, n. 1, p.118-127, 2007.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em Ciências Sociais**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PIRES, Erik André de Nazaré. Comportamento Informacional e Processo de Busca da Informação: Bases Fundamentais Para Pesquisa Científica. **Revista ACB**: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v. 17, n. 2, p.288-307, 2012. Jul./ dez.

RECUERO, Raquel. **A rede é a Mensagem**: Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social.2012. Disponível em: <<http://www.raquelrecueiro.com/artigos.html>>. Acesso em: 30 maio 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2009. 206 p.

Redes sociais ou mídias sociais? Qual é a diferença? **Projetual**.06 maio.2013. Disponível em: <<https://projetual.com.br/redes-sociais-midias-sociais-ou-midias-digitais-qualdiferenca>>. Acesso em: 30 out. 2018.

SANTANA, Celio Andrade et al. Avaliação do Comportamento informacional de usuários da página com açúcar, com afeto do Facebook. **Biblios**: Revista de bibliotecología y ciencias de la información, Lima, Perú, n. 64, p.1-14, 2016. Disponível em <<https://biblios.pitt.edu/ojs/index.php/biblios/about>>. Acesso em: 21 maio 2018.

SECO, Layara Freifer Calixto; SANTOS, Zineide Pereira dos; BARTALO, Linete. Comportamento Informacional e compartilhamento da Informação no Instagram. **Revista Abc: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v. 23, n. 1, p.46-57, 2016.

SENA, Alexandre. Fontes de Informação Utilizadas Pelos Discentes do Mestrado do Instituto de Educação Matemática e Científica da UFPE (IEMCI/UFPA). **Biblionline**, João Pessoa, v. 9, n. 1, p.52-60, 2013. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/52003>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

TAVARES, Aureliana Lopes de Lacerda et al. Formas Alternativas de Comunicação da Memória Científica: o uso de redes sociais virtuais. In: CTCM – CONFERÊNCIA SOBRE TECNOLOGIA, CULTURA E MEMÓRIA: ESTRATÉGIAS PARA PRESERVAÇÃO E ACESSO À INFORMAÇÃO, 2., 2013, Recife. **Anais...** Recife: ANCIB, 2013. Disponível em: <<http://www.ctcm2013.com.br/>>. Acesso em: 07 jun. 2018.

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

VITAL, Luciane Paula. Fontes e Canais de Informação Utilizados no Desenvolvimento de Sistemas em Empresas de Base Tecnológica. **Revista Abc: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v. 11, n. 2, p.297-313, 29 nov. 2006. ago. /dez.

WILSON, T. D. Human information behavior. **Informing Science**, v.3, n.2, p. 49 – 55, 2002.

WILSON, T. D. On user studies and information needs, **Journal of Documentation**, v. 31, n. 1, p. 1981.

APÊNDICE – QUESTIONÁRIO UTILIZADO PARA COLETA DE DADOS**PESQUISA: O COMPORTAMENTO INFORMACIONAL NO USO DE REDE SOCIAIS VIRTUAIS COMO FONTE DE INFORMAÇÃO**

1- Qual a sua faixa etária?

- Até 18 anos
- De 19 a 25 anos
- De 26 a 40 anos
- De 41 a 59 anos
- Mais de 60 anos

2 - Qual seu gênero?

- Feminino
- Masculino
- Outro

3 - Matriculado no curso de:

- Biblioteconomia
- Gestão da Informação

4 - Qual período/semestre está cursando?

5 - Faz uso de alguma rede social virtual?

- Sim
- Não (Justifique sua resposta)

6 - Se sua resposta for sim, quais dessas redes sociais virtuais você utiliza?

- Facebook
- WhatsApp
- Instagram
- Twitter
- YouTube
- Pinterest
- Google+
- LinkedIn
- Outros _____

7 - Com que finalidade você costuma utilizá-las?

- Manter contatos com os amigos e suas atividades.
- Fazer novas amizades.
- Apenas para entretenimento (assistir vídeos, trocar mensagens de texto ou imagens)
- Manter-se atualizado sobre as notícias cotidianas.

8 - Você utiliza as Redes Sociais como fonte de pesquisa e informação no seu curso de graduação?

- Sim. Cite quais: _____
- Não. Porque? _____

9. Quais assuntos ou matérias você busca nas redes sociais?

10 - Você acha as informações disponíveis em redes sociais confiáveis?

- Sim.
- Não.

Justifique _____

