

**UFPB-UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

JUNIO LIMA DE CARVALHO

Twitter: uma questão de confiabilidade em 140 caracteres

**JOÃO PESSOA/PB
2011**

JUNIO LIMA DE CARVALHO

Twitter: uma questão de confiabilidade em 140 caracteres

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação de Biblioteconomia, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador: Prof. Dr. Guilherme Ataíde Dias

**JOÃO PESSOA/PB
2011**

JUNIO LIMA DE CARVALHO

Twitter: uma questão de confiabilidade em 140 caracteres

Monografia apresentada ao Curso de Biblioteconomia do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal Da Paraíba-UFPB, Departamento de Ciências da Informação, como parte das exigências para obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Reformulações sugeridas: Sim () Não ()

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Guilherme Ataíde Dias
Orientador

Prof. Dr. Marckson Roberto Ferreira de Sousa
Membro da Banca

Prof. Dr. Wagner Junqueira de Araújo
Membro da Banca

À minha querida mãe, pelo carinho, ensinamentos e apoio irrestrito na minha trajetória; ao meu filho que me dá forças para nunca desistir; e ao meu pai (*in memoriam*) que sempre me ensinou a ser um homem melhor.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus por ter me dado forças, iluminando meu caminho e me abençoando dia após dia, me ajudando a concluir mais um passo importante da minha vida.

Ao meu pai Francisco (*in memoriam*), por toda dedicação que sempre teve comigo, homem pelo qual tenho maior orgulho, meu eterno agradecimento pelos momentos em que esteve ao meu lado.

A minha mãe Margarida, por ser tão dedicada e amiga, sempre me apoiando e acreditando na minha capacidade, batalhando todos os dias para que, neste momento tão único da minha vida pudesse participar, com afinho e certeza de que tudo que nós sonhamos ou desejamos, através dos nossos esforços podemos alcançar.

Meus sinceros agradecimentos à minha sogra e ao meu sogro por sempre terem prestado anos de incentivo, me apoiando e me fazendo acreditar que nada é impossível. Não me deixando desistir, e me mostrando que sou capaz de chegar aonde desejo.

Ao Prof. Dr. Guilherme Ataíde Dias pelo estímulo, paciência e extrema competência durante toda a pesquisa, ao qual tenho grande admiração.

A todos os meus professores do curso de Biblioteconomia, pela paciência, dedicação e ensinamentos ministrados nas aulas. Cada um de forma especial contribuiu para a conclusão desse trabalho e conseqüentemente para minha formação profissional.

E a todos aqueles não citados que, direta ou indiretamente, contribuíram na minha formação acadêmica, meus mais sinceros agradecimentos.

“O saber a gente aprende com os mestres e os livros. A sabedoria se aprende é com a vida e com os humildes.”

(Cora Coralina)

RESUMO

O avanço da Internet proporcionou inúmeras possibilidades aos usuários. Uma delas é o poder de participação ativa em diversas redes sociais, especialmente no Twitter. A colaboração desempenhada no micro blog pelos usuários proporciona o crescimento e a disseminação das informações. Entretanto fica o questionamento quanto à sua fidedignidade, pois são postados diariamente diversos tipos de informações. O objetivo desta pesquisa é analisar a percepção de confiança, perante aos alunos do 7º período do curso de Comunicação Social da Universidade Federal da Paraíba. Analisamos através da estatística descritiva o perfil dos usuários, a frequência de uso, o uso de outras fontes de informação, o grau de confiabilidade, e as possíveis influências que o Twitter provoca. Os resultados obtidos nesta pesquisa mostraram que as maiorias dos alunos entrevistados são na suas maiorias jovens do sexo feminino, com uma pequena minoria para o sexo masculino. O grau de confiança é considerado por 77,5% dos alunos moderado. Em relação à credibilidade chega a um patamar de 72,5%. Entretanto a satisfação tende a ser moderada. Os usuários cada vez mais participam de diversas comunidades virtuais onde indivíduos ou grupos expõem suas ideias dando continuidade ao crescimento informacional.

Palavras-chave: Redes Sociais. Twitter. Serviços de Informação. Confiabilidade da Informação. Informação.

ABSTRACT

The advances brought by the Internet provided numerous opportunities to users. One of them is the power of active participation in various social networks, especially Twitter. Collaboration performed by users in micro blog provides the growth and spread of information. However the question is about their reliability, since various types of information are posted in a daily basis. The objective of this research is to analyze the perception of trust, before the undergraduate students of the 7th period course in Social Communication at the Federal University of Paraíba. Through descriptive statistics were analyzed: the users profile, frequency of use, the use of other sources of information, the degree of reliability, and the possible influences caused by Twitter. The results obtained in this study showed that most of the students interviewed are young women, with a small minority of the males. The students' confidence level is considered moderate (77.5%). Credibility reaches a level of 72.5%. However satisfaction tends to be moderate. The continuous growth of users in virtual communities where individuals and groups expose their ideas, favors the information exchange development.

Keywords: Social Networks. Twitter. Information Services. Information Reliability. Information.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 – Tela principal do Google	34
Ilustração 2 – Tela principal do Yahoo!	34
Ilustração 3 – Tela principal do Bing	35
Ilustração 4 – Demais sites de busca	36
Ilustração 5 – Principais Redes Sociais	43
Ilustração 6 – Tela inicial do Twitter	47
Gráfico 1 – Sexo dos alunos	52
Gráfico 2 – Faixa etária dos alunos	53
Gráfico 3 – Utilização do Twitter pelos alunos	54
Gráfico 4 – Frequencia de utilização do Twitter	55
Gráfico 5 – Grau de satisfação dos alunos	56
Gráfico 6 – Credibilidade das informações pelos alunos	57
Gráfico 7 – Grau de confiança informacional	59
Gráfico 8 – Procura de outras fontes por parte dos alunos	60
Gráfico 9 – Influência das informações nos alunos	62

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Amostra e porcentagens dos sujeitos	52
Tabela 2 – Sexo dos alunos	53
Tabela 3 – Faixa etária	53
Tabela 4 – Utilização do Twitter pelos alunos	54
Tabela 5 – Frequencia de utilização do Twitter	55
Tabela 6 – Grau de satisfação	56
Tabela 7 – Credibilidade	57
Tabela 8 – Fator confiança	59
Tabela 9 – A procura de outras fontes	60
Tabela 10 – Fator Influência	62
Quadro 1 – Opinião dos alunos quanto à credibilidade informacional	58
Quadro 2 – Outras fontes de busca por parte dos alunos	61
Quadro 3 – Influência informacional no cotidiano dos alunos	63

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ARPA	Agência de Projetos e Pesquisas Avançadas do Departamento de Defesa Norte-Americano
CI	Ciência da Informação
CS	Comunicação Social
EUA	Estados Unidos da América
FAPESP	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo
HTML	Linguagem de Marcação de Hipertexto
LNCC	Laboratório Nacional de Computação Científica
RNP	Rede Nacional de Pesquisa
SI	Sistema de Informação
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
UFPB	Universidade Federal da Paraíba
URL	Universal Resource Locator
WWW	World Wide Web

LISTA DE SÍMBOLOS

@ arroba

hashtag ou jogo da velha

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	PROBLEMATIZAÇÃO	19
3	OBJETIVOS	21
3.1	Objetivo Geral	21
3.2	Objetivos Específicos	21
4	REFERENCIAL TEÓRICO	22
4.1	Informação: base conceitual	22
4.1.1	<i>Símbolo, Signo e Sinal: significações informacionais</i>	25
4.1.2	<i>Informação enquanto ciência</i>	27
4.2	Internet: da criação a expansão	29
4.2.1	<i>A Internet no Brasil</i>	31
4.2.2	<i>Sistemas voltados para a recuperação da informação na Web</i>	32
4.3	Redes sociais: uma nova estrutura de relacionamento na sociedade ..	36
4.3.1	<i>Redes sociais e Web 2.0: uma integração de participação coletiva</i>	44
4.3.2	<i>Twitter: a rede social em 140 caracteres</i>	45
5	ABORDAGENS METODOLÓGICAS	49
5.1	Caracterização da pesquisa	49
5.2	Campo da pesquisa e universo a ser pesquisado	49
5.2.1	<i>Pré-teste</i>	50
5.2.2	<i>Coleta de dados</i>	50
5.2.3	<i>Organização dos dados coletados</i>	51
5.2.4	<i>Análise</i>	51
6	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	52
6.1	Amostra	52

6.2	Perfil dos Alunos	52
6.3	Dados de conteúdo	54
6.4	Frequencia da utilização dos serviços do Twitter	55
6.5	Analisando o grau de satisfação	56
6.6	Credibilidade	57
6.7	Análise do grau de confiança	59
6.8	Procurando outras fontes informacionais	60
6.9	A influência da informação	62
7	<i>CONSIDERAÇÕES FINAIS</i>	65
8	<i>REFERÊNCIAS</i>	68
	<i>APÊNDICE</i>	72

1 *INTRODUÇÃO*

Este trabalho é de grande contribuição para o curso de Biblioteconomia, pois está relacionado diretamente com as novas tendências tecnológicas de disseminação da informação em meio virtual. Às informações são insumos essenciais para qualquer modo de desenvolvimento e crescimento de uma sociedade e estes insumos, são ameaçados por informações tendenciosas e manipuladoras que afetam sua veracidade e o seu valor.

Nas últimas cinco décadas do século XX ficou evidente a grande produção exponencial da informação. Segundo Spudeit (2010, p. 2) “A invenção da imprensa no século XVI foi fator determinante para a informação ser transformada em conhecimento numa intensa velocidade até chegar ao séc. XX, com o advento tecnológico e proliferação da informação.” Tal acontecimento deve-se ao grande avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), além da preponderância dos produtos e serviços associados aos bens de informação.

A sociedade sempre necessitou da informação, pois sem ela não teríamos os conhecimentos necessários dos fatos cotidianos, das pesquisas desenvolvidas, das publicações científicas, e dos grandes avanços tecnológicos que hoje tanto usufruímos. E para que aconteçam tais mudanças como, comportamento e reflexão de sua existência no convívio como ser social, a sociedade necessita absorver ao máximo o conhecimento e informação necessária que lhe é passada, para poder continuar evoluindo, pois a informação é sem dúvida um insumo essencial para o desenvolvimento e crescimento crítico do ser humano.

Para pesquisadores da área de informação como Machado (2003, p. 15) “o conceito de informação, normalmente está ligado ao seu próprio significado, e é usado como sinônimo de mensagem, notícia, fatos e ideias que são adquiridos e passados adiante como conhecimento”. O ato de informar está tradicionalmente relacionado a documentos impressos, a bibliotecas, materiais jornalísticos, museus, arquivos, quando de fato a informação, pode estar num diálogo entre indivíduos, em uma comunicação formal e informal, em projetos industriais, em patentes, em fotografias, em registros de uma base de dados, objetos de registro magnético de

uma base de dados, em bibliotecas digitais, ou simplesmente numa conversa com alguém que acabamos de conhecer.

Quando fazemos uma pergunta, por exemplo, estamos procurando saber algo de nosso interesse, pois sendo este ato relevante a uma busca de uma determinada informação, possivelmente irá atender a alguma expectativa de nossa necessidade. As informações tanto potencialmente perigosas ou benéficas quebraram padrões e barreiras sendo que de certa forma tomaram conta de nossas vidas, a tal ponto de não conseguirmos mais sair de casa sem o nosso celular, ou verificar mesmo que seja de uma maneira rápida, nossos e-mails. Absorver diariamente muita informação nas mídias sociais, mesmo que às vezes sejam de baixa, ou alta qualidade tende a nos influenciar de alguma maneira. Isso inclui também as televisivas, impressas ou virtuais, pois estão sempre disponíveis onde quer que estamos.

Possivelmente não sabemos mais o que são informações fidedignas ou improváveis, ou as que são realmente confiáveis ou duvidosas em meio à “desordem” informacional.

Chegamos a indagar se é mesmo tão importante a veracidade das informações. O fato de termos uma quantidade enorme de informação, úteis ou não, é algo muito positivo e classificar algo como verdadeiro ou não pode ser algo muito abstrato, conceitual, afinal, o que é “a verdade” [...] na internet, muitas vezes não é preciso investir em propaganda: se alguém gosta de algum conteúdo ou aplicativo, se ele tem credibilidade, ele se multiplica e viraliza pela web (GETSCHKO, 2011).

Sem dúvida a Internet veio para nos ajudar, veio trazer conhecimento, interatividade e algo que nem os pesquisadores da área puderam prever. A repercussão e a evolução que a Internet provocou e continua promovendo, é tão grande que não sabemos ou não temos condições de prever aonde esta r(evolução) irá nos levar. Mas ao mesmo tempo em que houve essa explosão exponencial na produção de informações cresceram também as dúvidas, pois muitas dessas informações são disseminadas a todo instante e em todos os meios informacionais, e isso faz com que, não consigamos assimilar e refletir se tanta informação realmente procede. As redes sociais são as maiores evidências deste fato, pois elas estreitam o relacionamento entre seus usuários, e disseminam informações em grande escala, trazendo consigo as dúvidas sobre esses conteúdos.

A Internet em conjunto com a inclusão digital trouxe, e proporciona diversos benefícios aos milhões de usuários que antes não tinham acesso aos determinados sites de relacionamento, portais de notícias, base de dados e muito menos as suas respectivas informações. É fato que as informações geram o conhecimento e isso, colabora com o desenvolvimento, um ciclo que se renova de forma contínua. A informação é uma alternativa, que nós temos para ajudar, recorrer e pleitear nossas dúvidas e anseios. Assuntos que são disseminados por alguém, por alguma organização ou instituição, ou por um grupo de pessoas, torna-se necessário e imprescindível, analisar, interpretar e verificar em outras fontes se o que foi dito, criado e repassado é realmente confiável. Leal (2009, p. 35) esclarece que:

Lidar com o excesso de informação começou junto com a propagação da Internet. Um dos primeiros a tocar no assunto foi o futurista americano Alvin Toffler, autor do livro a terceira onda, que alertou para a dificuldade que as pessoas têm de processar e absorver as informações excessivas, já que às vezes elas não conseguem discernir a importância do que estão lendo.

Seja qual for o tipo de suporte em que a informação está sendo tratada e disseminada, ficamos um tanto quanto receosos e desconfiados em relação à confiabilidade da informação. Ao mesmo tempo, com o grande avanço da TIC, a questão confiabilidade tornou-se algo fundamental para qualquer indivíduo. Abriu-se um leque ilimitado de informações com o mundo virtual principalmente com a ajuda das redes sociais, e essas informações tratam dos mais variados tipos de assuntos, exercendo-nos influencia de alguma maneira.

Da mesma maneira que não devemos confiar em tudo que nos é dito diariamente, vindo de diversas pessoas, também devemos agir de forma cautelosa e prudente com relação às informações postadas em *links* ou nas comunidades virtuais. Não basta apenas estar informado ou recebê-la, devemos estar atentos para a veracidade das informações divulgadas nas mais diversas mídias. “As fontes de informação disponíveis na Internet devem ser utilizadas com cautela e, as que forem selecionadas para uso, devem ser filtradas por critérios de avaliação que analisem tanto o conteúdo, quanto a apresentação da informação” (VITORINO et al., 2011, p. 3). Concordamos com o posicionamento do autor, a informação antes de ser consumida deveria ser avaliada de forma crítica com o intuito de evitar surpresas inesperadas.

Optamos neste trabalho em abordar a ferramenta de micro blog intitulado Twitter¹, pois é um exemplo de serviço de cunho disseminativo, aonde as informações trafegam atingindo seus usuários de forma bastante eficaz. Por apresentar-se como um serviço de mensagens dinâmico, instantâneo e colaborativo seus usuários podem enviar quantas mensagens quiser, e da forma que quiser. Essas características podem gerar dúvidas, pois não sabemos se durante o trajeto a informação perdeu alguma característica ou valor verdadeiro. Cabe ao usuário verificar sua autenticidade e valor confiabilidade. Discutiremos no presente estudo, a confiabilidade informacional do Twitter, e como um determinado grupo de acadêmicos de Comunicação Social da UFPB vêem e interpretam a credibilidade de tais informações.

O conhecimento e a informação são para serem disseminados, e conseqüentemente, nada mais adequado do que pesquisar as necessidades de questionamentos por parte de determinados usuários em relação às informações distribuídas no Twitter. O processo de escolha deste tema iniciou-se, quando a partir de um documentário na TV a cabo constatei que eram abordados questionamentos e dúvidas quanto às informações nas redes sociais e logo percebi que muitos delas não se apresentavam de maneira verdadeira, sendo difundida com certo grau de dúvida.

Esperamos que esta monografia possibilite aos futuros bibliotecários e demais acadêmicos, um importante suporte bibliográfico, contribuindo para a evolução técnica e científica de trabalhos posteriores.

Para tanto a monografia está estruturada seguinte forma: O capítulo 1 apresenta uma breve introdução ao assunto que será estudado no decorrer da pesquisa. No capítulo 2 abordamos a problematização do assunto proposto. O capítulo 3 detalha os objetivos (geral e específicos) a serem tratados. O capítulo 4 trás a fundamentação teórica, onde apresentamos o significado da palavra informação e seus derivados; abordamos o contexto histórico da Internet e sua evolução; bem como o desenvolvimento das redes sociais e o questionamento da confiabilidade informacional; terminamos este capítulo abordando o Twitter, bem

¹ Ferramenta de microblogging em que o mesmo propaga a informação em apenas 140 caracteres, a partir da pergunta "O que está fazendo?" (Recuero, 2009).

como sua característica de *microblogging* informacional. O capítulo 5 descreve a metodologia utilizada na pesquisa. Nela encontram-se as etapas do trabalho e técnicas que serão utilizadas. No capítulo 6 apresentamos as análises e interpretações dos dados obtidos. No capítulo 7 desenvolvem-se a conclusão e considerações finais. Por fim apresentamos as referências bibliográficas e o apêndice.

2 *PROBLEMATIZAÇÃO*

Afirmar que a TIC modifica a vida da sociedade tornando-a mais dinâmica não é nenhum exagero. Facilita uma boa parte do nosso trabalho cotidiano, além de contribuir e agilizar processos que até antes, levávamos semanas e até meses para podermos solucionar. Podemos citar compras pelas Internet, transações bancárias, pagamento de contas entre outros. Esta praticidade quebrou paradigmas e barreiras que deixaria Alexander Graham Bell perplexo em relação ao invento do telefone, algo que facilitou e muito à comunicação entre as pessoas.

O surgimento da Internet e posteriormente às redes sociais fez com que a sociedade composta por pessoas e organizações, conhecesse os novos modelos e conceitos de interatividade entre usuários. Onde os mesmos estão conectados por um ou vários tipos de relações, partilhando valores e objetivos comuns, trocando informações a respeito de tudo e de todos, sabendo instantaneamente o que acontece do outro lado do mundo, estando no Brasil ou não.

Na rede social as ideias compartilhadas entre pessoas comuns e conhecidas que possuem os mesmos interesses objetivos e conceitos, algumas vezes acabam modificando a finalidade da informação, e essa atitude faz com que gere incertezas nas próprias informações disseminadas. A utilização das redes sociais, em especial do Twitter é algo um tanto quanto rotineiro por parte de seus usuários, uma vez que é possível acessar as redes sociais hoje em dia pelo celular. Todos os dias são postados informações, contudo é importante ressaltar e advertir que muitas dessas informações não são devidamente corretas ou confiáveis. Diversas informações são disponibilizadas através do Twitter, e pouco entendimento e esclarecimento sobre sua confiabilidade, principalmente no tocante informacional, onde muitas vezes não sabemos se determinada informação é passível de algum grau de fidedignidade.²

O mundo virtual traz inúmeras novidades tecnológicas para o nosso cotidiano. E é exatamente nesse ponto que muitos usuários costumam errar, pois devemos saber pesar o que é relevante e importante em relação às informações, até porque outras pessoas que se encontram na sua rede social verão o que você lê, segue ou confia. Devemos pensar duas vezes quando nos deparamos com dados

² De acordo com o dicionário Aurélio, a palavra refere-se a algo que é digno de fé ou merecedor de crédito.

duvidosos, pois isso ocasiona a perda de tempo, aborrecimentos e falta de credibilidade entre seus usuários. Em seguida virá a decepção e constrangimento, pois iremos afirmar acontecimentos e fatos que não são tão confiáveis assim.

Às vezes os usuários são colocados em situações, em que difundir tal fato ou evento os tornam importantes, com até certo grau de popularidade ou status, mas aceitar essas informações sem ao menos questionar-se se realmente procede tal informação, é algo com que a sociedade deva se preocupar e discutir até que ponto elas são confiáveis e fidedignas. Neste sentido, indagamos: Em que medida os alunos do 7º período 2011.2, do curso de Comunicação Social da UFPB, confiam nas informações disponibilizadas através do Twitter?

3 *OBJETIVOS*

3.1 **Objetivo Geral**

- Analisar a percepção de confiança dos alunos matriculados nas disciplinas do 7º período 2011.2, do curso de Comunicação Social da UFPB em relação, as informações disponibilizadas na rede social do Twitter.

3.2 **Objetivos Específicos**

- Elaborar o perfil dos usuários;
- Determinar a frequência de uso dos alunos, em relação aos serviços disponibilizados pelo Twitter;
- Identificar o grau de confiabilidade dos alunos;
- Apurar se os alunos fazem uso de outras fontes de informação disponíveis na Internet;
- Verificar possíveis influências que o Twitter exerce nos usuários.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

Quando realizamos uma pesquisa ou estudo, o referencial teórico sem dúvida é um dos principais elementos, pois fundamenta a base teórica e traz uma solidificação dos termos e assuntos discutidos. Além de orientar o trabalho investigativo, apresentando fontes de pesquisa já realizadas. De acordo com Silva e Menezes (2001, p. 37) a revisão resultará do processo de levantamento e análise do que já foi publicado sobre o tema e o problema de pesquisa escolhido, permitindo um mapeamento de quem já escreveu e o que já foi escrito sobre o tema e/ou problema da pesquisa.

4.1 Informação: base conceitual

A palavra informação advém do latim *formatio*, “de representar, apresentar, criar uma idéia ou noção” ou “dar forma, ou aparência, por em forma” alguma coisa (ZEMAN, 1970). Contudo, o conceito de informação é definido das mais variadas maneiras pelos pesquisadores na área da Ciência da Informação.

Vivemos em um mundo globalizado, onde os obstáculos informacionais encontram-se cada vez mais reduzidos. A TIC age de forma consistente sobre a sociedade atual, pois são estas tecnologias que são usadas para reunir, distribuir e compartilhar informações, abreviando as incertezas que rodeiam a sociedade. Conforme Shannon (1975, p.35) *apud* Epstein, (1988) “A informação é uma redução das incertezas oferecidas, quando se obtém resposta a uma pergunta. A incerteza refere-se à quantidade de diferentes possíveis respostas que conhecemos, apesar de não sabermos qual delas é a verdadeira.” Uma das coisas mais importantes para a sociedade é estar a par, das constantes mudanças, episódios e acontecimentos seja nas organizações, instituições, nos meios acadêmicos, e principalmente nos setores em que as informações são criadas e distribuídas para toda a sociedade.

É perceptível que os conteúdos disponibilizados nos mais diversos tipos de mídia, podem influenciar parcelas da população onde muitas vezes este processo

acaba se tornando sem volta. É algo que fica registrado na memória da sociedade, e tal fato pode influenciar tanto para algo construtivo, quanto destrutivo.

Davenport (1998, p. 16) enfatiza que: “informação exige análise [...], pois uma de suas características é ser muito mais difícil transferir com absoluta fidelidade”. Confrontamo-nos com muitas informações a todo o momento, e passamos adiante seu conteúdo aos amigos, familiares e aos demais, contribuindo com este um fluxo de certo modo interminável. Wiener (1960, p.25) *apud* McGarry (1993, p.3), aborda que a “informação é o termo que designa o conteúdo daquilo que permutamos com o mundo exterior ao ajustar-mos a ele, e que faz com que nosso ajustamento seja nele percebido. Viver de fato é viver com informação”. É um intercâmbio com o mundo exterior, é algo que necessitamos e buscamos cada vez mais. Conforme Tálamo (2004) *apud* Tomaél; Alcará; Di Chiara (2005, p. 96)

Informação é sempre fluxo e para o sujeito ela funciona como troca com o mundo exterior, o que lhe confere seu caráter social. Assimilada, interiorizada e processada por um sujeito específico, ela é a base para sua integração no mundo, propiciando ajustes contínuos entre o mundo interior e o mundo exterior.

No início do séc. XX verificou-se que a produção de informação crescia de forma expressiva, até que há algumas décadas passadas esse fenômeno provocou um enorme crescimento informacional no ramo acadêmico, nas pesquisas científicas, e nas instituições, onde devido a esses acontecimentos, divulgaram suas pesquisas de diversos tipos, suportes e lugares diferentes. Atualmente as instituições buscam melhorar seus serviços e produtos, e para que isso aconteça, elas têm que pesquisar e analisar a todo o custo qual a melhor maneira de se sobressair sobre seus concorrentes. Rosseau (1998), *apud* Moreno (2007, p.13) esclarece que:

[...] na sociedade pós-industrial, a informação tornou-se um capital indispensável deixando de ser apenas uma fonte para ser a fonte de todas as fontes. Na atualidade, torna-se evidente que as organizações que dispõem mais rapidamente das melhores informações são as que alcançam maior desempenho e competitividade.

Na concepção de estudiosos na área, os usuários tendem a procurar determinada informação, independente qual o suporte e local seguindo

determinados pontos objetivos e princípios, tais como: qualidade, acessibilidade física, acervo atualizado, ordenação e organização informacional, de interesse relevante e coletivo.

Com base nesses critérios, Guinchat e Menou (1994, p. 482) fazem a seguinte reflexão acerca dos usuários “o usuário é um agente essencial na concepção, avaliação, enriquecimento, adaptação, estímulo e funcionamento de qualquer sistema de informação”. Percebemos que o usuário tende a participar do sistema informacional de uma maneira em que se envolvam num processo de busca pela informação, tentando resolver a existência de um determinado problema, resultante de um estado insuficiente de conhecimento.

Esses aspectos de certa forma são importantes, uma vez que os usuários de um modo geral são responsáveis pela manutenção e existência das unidades informacionais, colaborando em determinadas estratégias e no desenvolvimento das pesquisas.

Ele é quem escolhe como irá obter determinado conhecimento, através de uma fonte segura e confiável dentro de sua percepção mantendo a informação fidedigna. Segundo McGarry (1993, p. 2), “somos seres humanos obstinados e caprichosos que decidem por conta própria qual informação será utilizada ou rejeitada, e se sabedoria é conhecimento ou conhecimento é informação.” O ser humano é fundamentalmente movido pela necessidade de objetivar seus interesses, levando em consideração sua sabedoria, conhecimento e astúcia buscando sempre alternativas e melhores condições para alcançar o próprio status na sociedade, independente das escolhas.

Informação é algo de que necessitamos quando nos deparamos com uma escolha. Qualquer que seja seu conteúdo a quantidade de informação necessária depende da complexidade da escolha. Se depararmos com um grande espectro de escolhas igualmente prováveis, se qualquer coisa pode acontecer, precisamos de mais informação do que se encarássemos uma simples escolha entre alternativas (MILLER, 1966, *apud* McGARRY, 1993, p. 3).

As notícias e as informações precisam ser disseminadas a todos que anseiam pelo conhecimento, principalmente pelos formadores de opiniões, sejam eles pesquisadores, professores, jornalistas ou das demais camadas específicas.

Até porque informação até onde vemos, cresce gradativamente alcançando boa parte de uma massa significativa, pois na atualidade a maioria da informação que incentiva e transforma o comportamento e pensamento da sociedade encontra-se em ambiente virtual, impressa e televisiva. “A informação está de fato, armazenada em uma rede de nós ligados por vínculos”. (LE COADIC, 2004, p. 59). A informação quando alcança um público relevante, provoca mudanças de comportamento, onde possivelmente ocasionará em transformações de opiniões, críticas e atitudes.

4.1.1 *Símbolo, Signo e Sinal: significações informacionais*

Para usarmos de forma compreensível a informação devemos antes de, mais nada entender o que está nos sendo passado. Segundo Bordenave (2001, p. 29) “A comunicação é um produto funcional da necessidade humana de expressão e relacionamento”. Suponhamos que um determinado emissor envia uma mensagem para um receptor, a mensagem repassada será decodificada pelo receptor em forma de informação, que por sua vez a mesma informação será disponibilizada aos demais interessados. Abaixo observaremos as principais características do conceito *significante + significado de uma de terminada informação*, em que essas características são apresentadas por Pereira Júnior; Gonzáles (1996, p. 255) *apud* Machado (2003, p. 16) onde esclarecem que:

- sua existência e/ou transmissão dependeria do recurso da linguagem simbólica;
- uma dada informação estaria necessariamente associada à um significado, ou seja, o emissor transmitiria uma informação com a intenção de que o receptor a interpretasse de uma maneira convencional;
- a informação possui um caráter de novidade, relativamente ao conhecimento prévio do receptor.

Tanto na linguagem escrita como na verbal, o símbolo tornou-se essencial. Sua função é mediar e ajudar a sociedade a compreender determinadas informações que aparentemente estão subentendidas. Nossa vida é cheia de

símbolos e muitas das vezes, nem damos conta do quanto ela está presente em nosso cotidiano. É uma capacidade essencialmente humana, pois necessitamos empregar algo ou alguma coisa que faça um intermédio entre nosso pensamento e o conceito em si. Para compreender e entender melhor o símbolo, o vemos como um item, uma imagem ou um sentimento. Enfatizando Rosa (2009)

A revelação que um símbolo encerra e a possibilidade de instruir seu significado desperta uma situação hipnótica, capaz de isolarmos dos demais pensamentos até satisfazer a curiosidade de conhecer a sua origem aplicação e significado.

Pegamos como exemplo um livro, onde se pode representá-lo como conhecimento, ou a essência do saber. Já vários degraus rapidamente em nossa mente vêm à ascensão profissional. Já o símbolo de Marte representa a masculinidade ou o gênero masculino. “o símbolo nasce da necessidade que temos os humanos de partilhar com os outros, o que pensamos ou que sentimos”. Bordenave (2001, p. 119). Nada mais é do que a representação visível e palpável de um conceito intangível onde podemos entrar em contato com determinados assuntos imperceptíveis onde a partir da sua interpretação adquirimos o conhecimento.

Agora consideremos dois segmentos de retas que intercedem, seja uma pequena cruz que porventura carreguemos no pescoço como símbolo cristão, ou algo que representa um instrumento de punição, sob forma de pena de morte para determinados prisioneiros. Pois esses dois segmentos de retas nos enviam para um símbolo que conhecemos como cruz de madeira, um sinal considerado como signo.

Outro exemplo é o arco-íris, que por sua vez é entendido como um fenômeno da natureza para meteorologistas e cientistas. Entretanto para os cristãos o arco-íris, representa a aliança que Deus fez a Noé, onde não puniria a humanidade com outro dilúvio. Signos é qualquer coisa, ou algum tipo de estímulo físico que representam quaisquer objetos, qualidades ou episódios. Bordenave (2001, p. 41) esclarece que “os signos são uma criação livre da imaginação humana”. Servem como intermédio ou ponte para a comunicação entre as pessoas que tiveram alguma experiência ou contato com os mesmos objetos e suas representações ou reproduções. De acordo com Moura (2000, p. 3) “o sinal faz parte do mundo físico do ser e a relação dos sinais com a realidade, o que ele significa é

meramente artificial ou convencional.” Entendemos então que o sinal implica numa reação por parte da pessoa, seja como usuária ou observadora.

Os significados nos conduzem a conhecer culturas diferentes da nossa e nos surpreender com a similaridade entre elas. A dualidade dos símbolos (sinais e signos) fascina ao estabelecer uma relação de semelhança e revela diferenças essenciais no processo de comunicação, há símbolos reconhecidos mundialmente e outros que só podem ser compreendidos dentro de um determinado grupo ou contexto histórico, religioso ou cultural (ROSA, 2009.)

Um exemplo prático seria um sinal num cruzamento de linha férrea que instantaneamente induz o motorista do veículo a parar quando um trem vai passar. Provoca uma reação na pessoa que dirige o carro. A palavra vermelho, significando cor, é um signo; quando se é usada para expressar a raiva que alguém está sentindo é um símbolo, e quando empregada num semáforo é um sinal.

4.1.2 *Informação enquanto ciência*

Em termos gerais, a CI é tida como uma ciência social aplicada, com a finalidade de melhorar e desenvolver a comunicação de informações entre os indivíduos e usuários. Estuda a informação desde a sua origem até o processo de mediação entre usuários e os mais diversos produtos de informação.

Este ramo da ciência estuda a aplicação da informação em organizações, seu uso, as influências entre as pessoas, instituições e sistemas de informações. De acordo com Borko (1968, p. 3) *apud* Moraes; Almeida (2011, p. 5) o qual afirma que a Ciência da Informação “é uma ciência interdisciplinar derivada e relacionada à Matemática, à Lógica, à Linguística, à Psicologia, à tecnologia do computador, à pesquisa operacional, às artes gráficas, às comunicações, à Biblioteconomia, e à Administração”. No início era mais focada aos aspectos técnicos e preocupava-se com o controle da produção documental estando, portanto, direcionada às atividades de documentação, bibliografia, armazenamento, disponibilização e disseminação de informação, tornando acessível à massa, toda crescente gama de documentos.

Com o crescente desenvolvimento tecnológico oriundo dos empenhos de guerra dos anos 30 o capitalismo industrial deparou-se com o crescimento inevitável

da informação, cientistas e produção de pesquisas. (SOUZA, 2004). A CI é peça chave para o avanço e progresso da ciência e tecnologia e sistemas comunicativos. Conforme salienta (LUZ, et al., 2011, p. 2).

A revolução informacional, propiciada pelo surgimento da Internet, traz consigo novas formas de gerar, organizar, armazenar, processar e disseminar informações. Se, até pouco tempo, a informação era disseminada somente na forma impressa, hoje, tem-se várias fontes de informação, disponíveis no meio eletrônico. Além das fontes convencionais como livros, jornais, revistas, enciclopédias, dicionários, tesouros, glossários, e outras, surgiram novos tipos de fontes, como, os próprios sites de busca (de organizações públicas e particulares), os repositórios de informação, as bibliotecas digitais, entre outras.

Com a grande produção informacional, e científica ao longo do séc. XX é indiscutível que vivenciamos uma época em que, a informação é tida como algo muito valioso. Sendo em certos casos vista como estopim para conflitos e lutas, sejam elas armadas ou não. Empresas, instituições e nações que detêm vastos estoques de informação, como é o caso do Japão e EUA, são na maioria das vezes os responsáveis e pioneiros pela divulgação de novos resultados de anos de pesquisas e investigações no campo da ciência, garantindo a sociedade, uma visão do que esta sendo criado ou feito em determinada área do conhecimento.

Segundo Le Coadic (2004, p. 26) “A informação é a seiva da ciência. Sem informação, a ciência não pode se desenvolver e viver. Sem informação a pesquisa seria inútil e não haveria o conhecimento.” Logo a comunicação sobrevém diretamente em validar a reciprocidade que as informações têm, no andamento da pesquisa entre os cientistas e pesquisadores. Saracevic (1996) *apud* Souza (2004, p. 50) esclarece que:

A CI é resultado de um chamamento à comunidade científica para refletir, discutir e apresentar soluções para o problema do acúmulo documental no pós-guerra. A meta era colocar à disposição da sociedade a crescente quantidade de informações produzidas e, nesse sentido, a estratégia encontrada foi o desenvolvimento de programas que viabilizassem o processo de recuperação de informações, relacionando-o ao surgimento e à aplicação das TIC.

Informação é a essência da sabedoria, é uma correnteza com constante abastecimento, para quem quiser saciar-se. Ela permite a mudança da sociedade, mudança essa que evolui constantemente entre todos os setores e camadas da

população. De acordo com Amaral (1996, p. 452) “a informação será o insumo de fundamental importância de geração de conhecimento, impulsionando o desenvolvimento da sociedade”. Acumulando conhecimento, a sociedade terá mudanças significativas, como uma visão mais crítica do que está acontecendo à sua volta, uma melhor participação dentro da sociedade, principalmente nas causas provenientes de interesses coletivos etc.

4.2 Internet: da criação a expansão

A rede mundial de computadores, (Internet), surgiu em plena Guerra Fria, na década de 60 do séc. XX com o nome de ArpaNet, e sua função era permitir a comunicação das universidades, militares e estruturas de defesa.

A ARPA - Agência de Projetos e Pesquisas Avançadas do Departamento de Defesa norte-americano, foi quem começou a implantar a ArpaNET, e era uma rede interna para uso do Sistema de Defesa dos EUA, composto, inicialmente, por apenas 4 nós e baseados em minicomputadores. Os nós ficavam na Universidade da Califórnia em Los Angeles, Universidade de Stanford, Universidade da Califórnia, em Santa Bárbara e Universidade de Utah. A rede era formada por linhas telefônicas comuns o que era considerada como algo fascinante para a época (ERCILIA; GRAEFF, 2008).

O objetivo principal da rede era manter as comunicações acessíveis, em caso de ataques inimigos, imaginando uma possível destruição dos meios convencionais de telecomunicações. A Internet foi e continua sendo um importante meio de comunicação acadêmico, pessoal e institucional. Sobretudo porque estudantes, professores, cientistas e as demais camadas da sociedade compartilham ideias, mensagens e descobertas pelas linhas da rede mundial. (VITORINO et al., 2011, p. 3) esclarece que:

A Internet tornou-se um espaço de pesquisa e estudos nos dias atuais. Sob este foco, diversos pesquisadores, pessoas físicas (indivíduos de um modo geral) e pessoas jurídicas (instituições de um modo geral) públicas, particulares, Organizações Não Governamentais (ONG), entre outros, se utilizam do ambiente da *web* para disponibilizar dados sobre assuntos diversos.

Com o final da guerra fria e a liberação da rede Internet para o uso comercial, as empresas e outras instituições aproveitaram a estrutura montada para entrar definitivamente na rede mundial, onde as mesmas disponibilizariam informações, produtos, serviços dos mais variados tipos e conexões para os usuários domésticos. “Ela pode transformar tudo, criando um espaço universal para a troca de informações, colaboração, comércio e interação a partir da *web*. Porque a conexão universal da Internet cria um mundo centrado no consumo”. (HELLER, 2000). Estes serviços abreviam a perda de tempo dos usuários, já que os mesmos não necessariamente precisam estar fisicamente no local. Seja para comprar determinado produto ou resolver algum tipo de problema.

No início dos anos 90, o que mais alavancou e fomentou o crescimento da Internet foi o surgimento da *World Wide Web* (WWW) criado pelo Cientista Tim Berners-Lee. Suas páginas são escritas em uma linguagem chamada HTML (Linguagem de Marcação de Hipertexto). É a forma, mais simples de acessar as informações através de uma interface gráfica, utilizando apenas um aplicativo, chamado navegador (ERCÍLIA; GRAEFF, 2008).

Desde os seus primórdios até os dias atuais, o crescimento da informática constitui-se em um parâmetro decisivo para a compreensão das constantes mudanças tecnológicas e informacionais. De acordo com (HELLER, 2000) “O sucesso do futuro dependerá substancialmente da Internet”. Realmente, essa é a ideia de que o futuro pertence a um verdadeiro diálogo entre a cultura e conhecimento. Partindo do princípio de que todos esses recursos tecnológicos atuam a todo instante, juntamente com a sua história, podemos considerá-la como o núcleo de uma das maiores mudanças e transformações que a humanidade já presenciou. Conforme (GATES, 1995)

O que caracteriza o período histórico atual são as maneiras completamente novas pelas quais a informação pode ser manuseada e mudada, bem como a velocidade com que podemos lidar com ela. A capacidade do computador de processar e transmitir dados à preços baixos e em alta velocidade transformará os dispositivos convencionais de comunicação hoje existentes nos lares e escritórios.

A informática comporta dimensões tanto técnicas, sociais, econômicas e humanas. Para Cooper (2005) “A Internet pela sua própria natureza, é quase impossível impor-lhe ordem. Você pode, porém, ordenar esse caos do seu jeito, se

aprender a como pesquisá-lo”. Temos acesso aos mais variados serviços online: compras, download de músicas, filmes, livros e as mais variadas oportunidades e lazer. Mas até achar o que realmente queremos, leva-se um determinado tempo, pois são muitos os assuntos que são apresentados simultaneamente na tela do nosso computador.

A Internet pode ser comparada a cidades muito movimentada, como é o caso de São Paulo, Nova Iorque ou Tóquio, na qual há lugar para todo o tipo de entretenimentos: lazer, cultura, trabalho, educação, informação, política, humor, etc. De acordo com Cooper (2005) “Pesquisar na web é possível graças aos servidores dos provedores de busca, que oferecem software e bancos de dados acessados diretamente pelo navegador ou pelo site desses provedores”. Basta estar conectado a esta imensa rede na qual, não dorme não come e não descansa que iremos perceber como pequenos e dependentes somos diante desse sistema.

4.2.1 *A Internet no Brasil*

Os passos iniciais dados para acessar a rede no Brasil aconteceram no Laboratório Nacional de Computação Científica o (LNCC) no Rio de Janeiro e na fundação de Amparo à pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). Em 18 de julho de 1989, nasceu definitivamente a Internet no nosso país, com o lançamento do Alternex. No início da década de 90 é instituída a primeira conexão autêntica à Internet no Brasil através da FAPESP. Em 1994, no dia 20 de dezembro a Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL), lança o serviço experimental a fim de conhecer melhor a Internet. Contudo, somente em 1995 a partir de uma iniciativa do Ministério das Telecomunicações e Ministério da Ciência e Tecnologia, é que foi possível ter uma abertura ao setor privado da Internet para exploração comercial da população brasileira. A Rede Nacional de Pesquisa (RNP) fica responsável pela infraestrutura básica de interconexão e informação em nível nacional (ERCÍLIA; GRAEFF, 2008).

A Internet tornou-se uma ferramenta quase que indispensável para nossas vidas. Sejam pelas necessidades de nos mantermos informados, ou pelo prazer de verificarmos diariamente nossos e-mails, conta bancária, contatos com entes

queridos a quilômetros de distância e interação com outras tantas pessoas através das mais diversas ferramentas disponibilizadas pela tecnologia da informação.

Essa é a rede que conecta o usuário ao mundo dos bits, pois basta estar acessado para saber o que se passa ao redor do mundo. A Internet é uma enorme estrutura, sem fronteiras geográficas, que permite que saibamos o que se passa a todo o momento. Proporcionamos a possibilidade de compartilhar informações, notícias, experiências e conhecimentos de todo o tipo com gente de todas as partes.

O maior benefício da revolução da informática foi a maneira com que ela deu poderes às pessoas. As comunicações de baixo custo que a estrada tornou possível lhes proporcionarão poderes ainda mais fundamentais. Os benefícios não serão apenas os indivíduos voltados para a área da tecnologia. A medida que mais e mais computadores forem conectados às redes de grande largura de banda, e as plataformas de software fornecerem uma base para grandes aplicações, todos terão acesso à maior parte da informação mundial (GATES, 1995, p.143-144).

Dentre os principais benefícios provenientes pela Internet, destacamos:

- permite disponibilizar informação;
- facilita a criação, edição e distribuição de conteúdos;
- é como um grande jornal na qual há informação sobre qualquer tema;
- participa de fóruns, debates, julgamentos, cirurgias e partilha informação e opiniões;
- recebe e envia mensagens via e-mails instantaneamente.

Acessar a Internet tornou-se importante, proveitoso e necessário, quase como uma obrigação, pois são muitos os benefícios que a sociedade obtém da rede mundial, onde cada vez mais, as novas tecnologias serão consideradas necessárias e importantes no nosso dia a dia. Principalmente para nossa convivência, avanços tecnológicos, sociais e culturais.

4.2.2 *Sistemas voltados para a recuperação da informação na Web*

Existem diversos sites que disponibilizam mecanismos de busca para encontrar a informação desejada, mas sempre devemos recorrer à outras fontes para podermos confirmar se determinadas informações são realmente fidedignas.

Graeff; Ercília (2009, p. 66) esclarecem que: “ninguém pode confiar cegamente nas informações obtidas pela web, especialmente de sites menos conhecidos. É importante exercitar o espírito crítico e cruzar as informações obtidas em mais de uma fonte”. Para tanto devemos-nos atentar para uma visão mais ponderada e criteriosa quando deparamo-nos com enormes quantidades de informações.

As ferramentas de busca podem oferecer mecanismos e meios para encontrar o que desejamos, pois ajudam à diminuir o fator revocação na busca pela informação desejada. Sejam eles:

- por catálogo
- por palavra chave

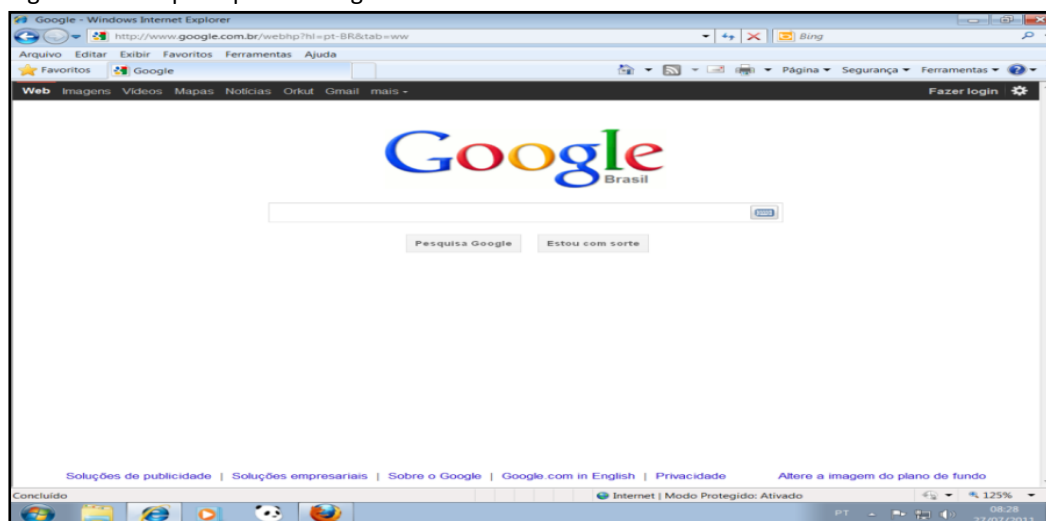
O catálogo é o mais útil para procurar instituições na Internet. Sua organização temática por assunto ou área de conhecimento facilita a descoberta de localizadores de *sites* de entidades quando conhecemos unicamente seu nome ou área de atuação [...] nas palavras-chaves definidas pelo internauta são comparadas com aquelas usadas para referenciar os documentos do catálogo de busca, e o resultado da consulta é uma lista contendo os localizadores de todos os documentos presentes na Internet que contém as palavras utilizadas na busca (REDE NACIONAL DE PESQUISA, 1997, p. 38-43).

Pelo catálogo, a forma é mais relevante e direta pois, as informações ficam divididas por temas. Já pela opção de palavra-chave exige um certo trabalho por parte de quem procura tal informação, onde um simples clicar de pesquisa resulta em uma grande diversidade de páginas referente ao assunto almejado na Web.

Principais *sites* de busca

- a) Google: O mais usado pelas pessoas para fazer qualquer tipo de pesquisa. Oferece inúmeras possibilidades de encontrar mais do que páginas da Web, e pela sua enorme popularidade, é tido como a primeira parada para os mais variados tipos de trabalho. Além de oferecer uma variedade de funcionalidades em seu sistema como o Google Maps, Google Chrome Tradutor online, Google Docs e Google acadêmico, sua interface é considerada pelos usuários de uma característica leve, sem muita poluição visual, rápida e agradável.

Figura 1 – Tela principal do Google



Fonte: <http://www.Google.com.br>, 2011

- b) Yahoo!: Os resultados de pesquisa são considerados satisfatórios. Podem-se utilizar guias da caixa de pesquisa na página inicial do Yahoo! para procurar imagens, páginas amarelas etc.

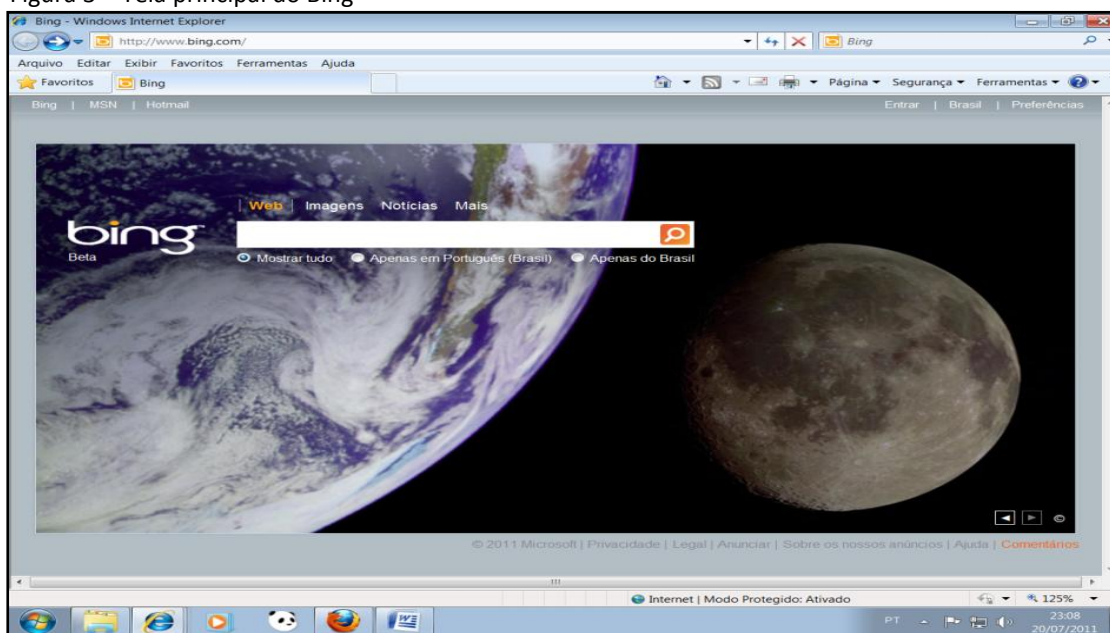
Figura 2 – Tela principal do Yahoo



Fonte: <http://br.Yahoo.com/>, 2011

- c) Bing: Esta ferramenta desenvolvida pela Microsoft, tem buscas refinadas, imagens, palavras exatas entre outras atividades. O buscador exibe a sequência do resumo da página, exibido abaixo do título na lista de resultados, além de ter a capacidade de agregar e apresentar tipos específicos de informações nos resultados de uma busca.

Figura 3 – Tela principal do Bing



Fonte: <http://www.Bing.com/>, 2011

- d) Demais sites: Uma amostra de buscadores que os usuários podem utilizar-se para pesquisar o que precisam na Web. Assim como o Bing, Google e o Yahoo!, citados anteriormente, estes demais buscadores também fazem parte de uma gama de buscadores fornecidos aos usuários na busca pela informação na Internet. Citaremos o ASK, que fornece resultados de pesquisa relevantes, identificando os locais onde as informações estão. O Achei, uma ferramenta de busca brasileira que oferece conteúdos nacionais e estrangeiros. Cadê, considerado a primeira empresa brasileira de buscadores. Atualmente pertence ao grupo Yahoo! Brasil. Podemos citar o Terra, como um buscador que mostra notícias do Brasil e do Mundo com fotos vídeos, esportes e diversas atrações. Zoom, voltado para a busca e compra de produtos eletrônicos, brinquedos, esportes, informáticas etc. O Altavista, que ajuda a localizar o que você procura, seja informações, vídeos, imagens etc. Entre outros existentes como Lokaliza e o Radix.

Figura 4 – Demais sites de busca



Fonte: <http://www.desenvolvimentoblogger.com.br/2010/05/divulgador-datahosting-seu-blog-em-256.html>,2011

4.3 Redes sociais: uma nova estrutura de relacionamento na sociedade

Uma das formas mais rápidas, frequentes e comum que temos atualmente para compartilhar ideias, conversar, fazer amizades, reencontrar amigos e principalmente disseminar informação, são as redes sociais.

Atuam como propagadores informacionais dentro da rede, pois se precisarmos de algo que nos interessa ou que tanto procuramos, basta deixar um simples recado ou mensagem, que em breve alguém da comunidade virtual lhe dará aquilo o que tanto procura, ou pelo menos indicará o local para buscar. Seguindo esta linha de pensamento, uma rede social é vista como:

Um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e re-constituindo a estrutura social (TOMÁEL; MARTELATO, 2006, p. 75 *apud* AGUIAR; SILVA, 2011, p. 2-3).

Estamos inseridos em uma era informacional, em que estar conectados é quase que uma obrigação por parte dos indivíduos, pois é algo que já faz parte de nossas vidas. Segundo Martins; Paiva e Alves (2011, p. 2) “as tecnologias modificaram as formas de ver, pensar e produzir informações”. Vinte anos atrás, o celular era tido como um aparelho raro de se ver na rua, era um tipo de pertence

para determinadas pessoas que possuíam um poder aquisitivo alto. Hoje praticamente todas as pessoas, de todas as classes sociais possuem esse aparelho, sejam eles altamente sofisticados ou com uma interface gráfica simples. Podemos navegar pela Web no aparelho celular, acessar nossas redes sociais verificar e-mails e outras tantas atividades que nos é disponibilizado.

Esta nova fase tecnológica fornece elementos, fatores e resultados de representação no aspecto convivência, relacionamentos agrupados e interesses recíprocos. Para quem gosta, precisa ou até necessita estar conectado as redes virtuais constantemente, a junção (Internet + TIC + comunidades virtuais = a disseminação instantânea da informação) é o resultado final ideal. “Quando uma rede de computadores conecta uma rede de pessoas e organizações, é uma rede social”. (GARTON; WELLMAN; HAYTHORNTHWAITE 1997, p. 1 *apud* RECUERO 2009, p. 15). Estas afinidades e tipos de comunicação mediados e disseminados pelos computadores, celulares e demais TIC é que fazem com que a sociedade procure uma maior interação social e até mesmo mundial.

A Internet em conjunto às redes sociais propicia diversos benefícios à sociedade. Encontrar barreiras informacionais na qual o indivíduo ficaria impossibilitado de se relacionar com quem quer que seja em qualquer parte do mundo, é algo a se pensar e até duvidoso, já que vivemos em um mundo globalizado. Entretanto pode existir algum governo totalitário que proíba o uso das redes e da Internet, controlando e censurando as informações que circulam na rede. Podemos mencionar a China e a Coreia do Norte que controlam e filtram os meios de comunicação e a informação, deixando milhares de usuários sem qualquer possibilidade de algum tipo de manifestação crítica. Muito provavelmente este tipo de atitude, ou pensamento acarretará em represália pelos respectivos órgãos de segurança.

O Google, o Youtube, a Wikipédia tudo isso é censurado, e os sites chineses também. [...] mas como é possível controlar a internet se ela foi, justamente, criada para ser descentralizada e imune a possíveis obstáculos? “Os chineses colocam filtros nos pontos de entrada e saída, que conectam sua rede à de outros países”, diz Richard Clayton, pesquisador da Universidade de Cambridge. Apenas 17 cabos são responsáveis por todas as conexões da China, o país onde mais há internautas 220 milhões, com o resto do mundo (GARATTONI, 2008, p. 34-35).

Mesmo os usuários vivendo esta situação, não será fácil acabar com os laços ou interações sociais, tendo em vista que o principal objetivo e meta é manter um relacionamento entre as comunidades virtuais buscando o máximo de pessoas para manter uma conexão, seja ela de laço forte ou fraco.

As redes sociais passaram a fazer parte do nosso cotidiano, pois sem tais ferramentas, encontraríamos diversas dificuldades de viver atualizado ou pertencer a uma estrutura em que tende a fornecer diariamente, informações instantâneas, e em grandes volumes. Spudeit (2010, p. 9) esclarece que:

Os meios de comunicação estão cada vez mais desenvolvidos, principalmente aqueles digitais, em que a informação comunicada pela mídia acontece de forma instantânea, principalmente nas redes sociais e nas ferramentas de comunicação como *blogs* e *Twitter* que noticiam informações que se antecipam as principais mídias televisivas.

Observando de uma forma bem simples: rede social nada mais é do que um meio de interação entre pessoas, instituições ou organizações, alimentando algum tipo de vínculo ou conexão social alicerçados em interesses e conceitos recíprocos e coletivos, concentrados em ideais e assuntos divulgados em meio virtual. Seguindo esta mesma linha de raciocínio Wasserman; Faust (1994); Degenne; Forse (1999) *apud* Recuero (2009, p. 24, grifo nosso) “Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: **atores** (pessoas, instituições ou grupos; nós da rede) e suas **conexões** (interações ou laços sociais)”. Geralmente funcionam tendo como base os perfis dos usuários e uma coleção de fatos sobre o que os mesmos gostam, seus interesses, hobbies, ou qualquer outra coisa que ele queira compartilhar. Geralmente oferecem vários níveis de controle de privacidade.

O ser humano é um ser social, pois existe e continuará existindo a necessidade de viver em sociedade, interagir com outros indivíduos, de modo a compartilhar experiências, preferências e informações, mesmo que muitas das vezes essas interações acabem gerando conflitos. Desde que nascemos interagimos com outras pessoas, passando pela nossa família até chegar aos colegas de escola e do trabalho. Estabelecemos relações com a comunidade em que estamos inseridos. Assim, é natural entendermos que as relações humanas formam um tipo de rede onde todos estão conectados por círculos de relacionamento.

Procuramos constantemente interagir com pessoas, sejam aquelas que acabamos de conhecer, ou com determinados grupos que a mantêm os mesmos gostos. Recuero (2009, p. 13) nos trás que: “Redes sociais na Internet são como agrupamentos complexos instituídos por interações sociais apoiadas em tecnologias digitais de comunicação”. Reforçando ainda esta percepção Christakis e Fowler (2010, p. 9) enfatizam que: “rede social é um conjunto organizado de pessoas que consistem em dois tipos de elementos; seres humanos e as conexões entre elas”. Essas conexões originam ideias, logo provocam autonomia de expressões, de maneira que as informações acabam tornam-se dinamizadoras e aceleradores para o surgimento de novos valores, pensamentos e atitudes.

Certamente que para tantos benefícios e facilidades que as redes sociais nos proporcionam, trazendo consigo os mais diversos tipos de oportunidades, onde podemos interagir com diferentes pessoas, gostos e culturas, perpassam também o fator confiabilidade informacional, tendo em vista o vultoso volume disperso diariamente nas comunidades virtuais em especial o Twitter.

A questão da confiabilidade é algo preocupante, pois a maioria dos usuários de redes sociais, são jovens ou adolescentes onde quer queira ou não, ainda não estão com uma visão crítica, formadora de opiniões. Pois muitas das vezes, vêem essas comunidades como algo atrativo, divertido ou simplesmente um tipo de obtenção de status. Obtendo mais e mais seguidores na rede, temos a ilusão de que somos amigos de quem nunca vimos e nem sabemos ao certo quem são. Mas estas atitudes nos expõem ao perigo das más intenções.

Os encontros maliciosos via e-mails, brigas com horas e datas marcadas, adultos passando-se por adolescentes e mostrando-se “bonzinhos”, mas na verdade são pessoas maldosas (pedófilos), maliciosas e maquiavélicas querendo obter algum dado importante para benefício próprio, pode acarretar danos irreparáveis para determinados usuários que acreditam nas informações que recebem. Sem falar das comunidades virtuais com atributos racistas, preconceituosas e pornográficas, aonde na maioria das vezes, tentam buscar mais e mais seguidores.

Participar de comunidades ou sites de relacionamento que descrevem quaisquer tipos de assuntos errôneos, ou injuriosos mesmo que por “brincadeira”,

podem acarretar em danos e prejuízos irreparáveis, pois além de corromper os princípios morais ferem também a ética.

Comunidades de cunho duvidoso e informações mal interpretadas podem dificultar na hora do tão almejado emprego, já que as redes sociais são usadas atualmente por determinadas instituições e recrutadores como fator de desempate ou apenas pesquisa, na hora de conseguir uma vaga de trabalho, pois o que está em jogo naquele momento é a imagem pessoal, e o perfil por ser público acaba revelando muito mais do que devia. Segundo Fragoso (2009, p. 12) “para os pessimistas, por outro lado, a comunicação mediada pelo computador esfria as relações e acentua o que há de pior na natureza humana. O ciberespaço é o reino da mentira, hipocrisia e das más intenções”. Estes são apenas alguns dos problemas mais corriqueiros que os pesquisadores da área detectam.

Diversos usuários não param para pensar no perigo que estão sujeitos, ao revelar e divulgar seus perfis, expondo informações pessoais para pessoas totalmente desconhecidas. Ao fazer isso, elas revelam dados valiosos como seu endereço particular, do e-mail, data de nascimento, nome completo e muito mais, que pode ser usado por pessoas mal-intencionadas.

Usuários de redes sociais acreditam que estão navegando num espaço seguro, reservado e particular, entretanto podem estar sendo enganados por indivíduos pouco confiáveis que se apresentam como “amigos”. Sem saber que na verdade esse mesmo “amigo” pretende obter de forma errônea e ilícita informações e todos os dados dos usuários que acharem necessários.

As pessoas que possuem perfis em redes sociais devem observar que os sites podem não oferecem tanta segurança, como qualquer outra aplicação na Internet, devendo concentrar um bom nível de cautela em determinados atos.

Esse distanciamento proporciona, por exemplo, anonimato sob muitas formas, já que a relação entre o corpo físico e a personalidade do ator já não é imediatamente dada a conhecer [...] Além do mais, barreiras como sexualidade, cor, limitações físicas e outras não são imediatamente dadas a conhecer, proporcionando uma maior liberdade aos atores envolvidos na relação, que podem reconstruir-se no ciberespaço. Recuero (2009, p. 38)

Entretanto não são apenas os aspectos negativos que as redes sociais podem ocasionar. Existe o fator sociabilidade, baseado numa dimensão virtual que

transcende o tempo e o espaço beneficiando muitos usuários. Esta é a era informacional em que a rede está cada vez mais firmada e presente na vida e no cotidiano dos indivíduos, comprovando uma relação muito forte com as tecnologias e com o mundo virtual. O dinamismo já faz parte das comunidades virtuais que compartilham todo tipo de informação e novidades, proporcionando entre si grandes níveis de laços onde a cooperação gerada pelos interesses pessoais flui com intuídos e finalidades muito singulares.

Por serem consideradas como filtro de notícias, entretenimento e lazer aonde o usuário viaja pelo mundo sem sair de casa, as redes sociais são tidas como um modo eficiente de interligar pessoas com características, interesses, ou anseios em comuns, a fim de transmitir conceitos, informações e conhecimentos. Segundo Christakis e Fowler (2010, p. 24) “As redes sociais são importantes precisamente porque elas podem nos ajudar a atingir aquilo que não podemos atingir sozinhos”. Naturalmente os usuários que buscam algo relevante para si naquele momento, procuram interagir com outros usuários a fim de conseguir o que procuram.

Isto é de certa forma muito interessante, pois se temos alguma dúvida, perguntamos a alguém e esperamos a resposta dentro de um determinado tempo, pois é muito mais fácil encontrar a solução de questionamentos levantados a algumas dezenas de usuários do que um ou dois. Recuero (2009, p. 138) salienta que:

Grosso modo podemos dizer que no ciberespaço existem formas de agregação eletrônica de dois tipos: comunitárias e não comunitárias. As primeiras são aquelas onde não existe, por parte de seus membros, o sentimento expresso de uma afinidade subjetiva delimitada por um território simbólico, cujo compartilhamento de emoções e troca de experiências pessoais são fundamentais para a coesão do grupo. O segundo grupo refere-se a agregações eletrônicas onde os participantes não se sentem envolvidos, sendo apenas um *locus* de encontro e de compartilhamento de informações.

No início de 2011 constatamos o quão as redes sociais são importantes e eficientes tratando-se de propagação e velocidade no que diz respeito disseminação da informação. Com a mesma rapidez de um vírus elas tiveram uma atuação muito grande no censo crítico de uma nação, pois os sucessivos protestos contra ditaduras opressivas no mundo árabe causaram verdadeiras transformações. De acordo com Watts (2009, p. 27). “A rede é vista como um canal para a propagação de

informações ou exercício de influências. Estas são as ferramentas que podem mudar a conscientização de uma sociedade”. As informações desses movimentos revolucionários disseminadas pelas redes sociais incentivaram milhares de pessoas mobilizando manifestantes em busca pela libertação de uma sociedade explorada e oprimida.

Os apelos de liberdade ganharam mais expressão quando se alastraram com uma rapidez impressionante para diversos tipos de pessoas de outros países de regiões diferentes, mas que mesmo assim foram contagiados pelo movimento.

Redes de informações sociais, além disso, não são apenas importantes porque nos ajudam a tomar decisões individuais melhores, mas também porque permitem que coisas bem-sucedidas em um determinado ambiente transbordem para outros. Como esse tipo de transbordamento é crítico para a dinâmica das cascatas, redes sociais são fundamentais para as ideias de coisas que começam pequenas e se tornam grandes (WATTS, 2009 p. 166).

Foram esses portais de comunicação virtual, vinculados a uma vontade de libertação do povo árabe contra as constantes opressões que incentivaram e inflaram a coragem de expressar o que até então não era permitido. Essas revoltas foram muito importantes para a coordenação e organização das sociedades contra tais tiranias. Comparado a um organismo ou sistema vivo, as redes sociais são bastante comunicativas, pois, produzem, processam e disseminam informações, intensificando e atingindo uma enorme gama de pessoas. Segundo Tomaél; Alcará; Di Chiara (2005, p. 96)

As pessoas estão inseridas na sociedade por meio das relações que desenvolvem durante toda sua vida, primeiro no âmbito familiar, em seguida na escola, na comunidade em que vivem e no trabalho; enfim, as relações que as pessoas desenvolvem e mantêm é que fortalecem a esfera social. A própria natureza humana nos liga a outras pessoas e estrutura a sociedade em rede. Aonde um conjunto de participantes independentes, une idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados.

Comprovando tais afirmações, apresentamos na ilustração abaixo as principais redes sociais onde os usuários sustentam diversas conectividades, compartilhando informações e conhecimento, mediante as relações entre os atores

que as integram. Dessa forma o usuário mantém-se conectado ao mundo virtual, colhendo as informações dos mais variados tipos de fontes.

Figura 5 – Principais Redes Sociais



Fonte: <http://sweetlipstick.blogspot.com/2011/09/as-redes-sociais.html>, 2011

Entre diversas redes sociais existentes na Web, podemos destacar as mais conhecidas e utilizadas pelos usuários. São eles:

- **you tube:** aqui os usuários carregam e compartilham seus vídeos, filmes etc;
- **facebook:** fundado pelo estudante Mark Zuckerberg em 2004 esta rede social permite aos seus usuários postarem suas mensagens, fotos vídeos etc. E de acordo com o site techtudo, vinculado ao portal da Globo.com, o Facebook é considerado a maior rede social do mundo, com mais de 750 milhões de usuários ativos;
- **twitter:** um servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos em apenas 140 caracteres;
- **msn messenger:** sendo um programa de mensagens instantâneas criado pela Microsoft;
- **myspace:** uma rede social onde os usuários interagem com fotos, blogs fóruns etc;

- **orkut**: filiada ao Google, ajuda aos seus usuários a conhecerem e se relacionarem com outras pessoas;
- Podemos também citar neste meio, o Meetup, Friendster, Stumbleupon e Delicious.

4.3.1 *Redes sociais e Web 2.0: uma integração de participação coletiva*

A Web 2.0 foi abordada em um artigo no ano de 2005 por Tim O'Reilly, fundador da editora O'Reilly Media³. Tim observou a Web 2.0 como sendo um aproveitamento da capacidade intelectual na construção e no compartilhamento de informações que permitem a participação dos usuários aproveitando a colaboração coletiva. O mais interessante é a construção das páginas virtuais, que por sua vez os colaboradores alimentam continuamente, com informações relevantes aonde outros usuários poderão decidir quais informações são as mais proveitosas. Os usuários não apenas visitam, mas de alguma maneira contribuem para o crescimento desses aplicativos (ERCILIA; GRAEFF, 2008).

Constatamos tais acontecimentos nos blogs, nas redes sociais e na própria Wikipédia, onde usuários participam e acrescentam suas ideias ou pensamentos, tornando-se um colaborador. Pinheiro (2009, p. 3) aborda que:

Mais do que uma nova tecnologia, a Web 2.0 é uma nova atitude, uma nova forma de as pessoas se relacionarem com e na Internet: a rede deixa de ligar apenas máquinas, passa a unir pessoas, um processo com implicações sociais profundas.

As redes sociais são aplicações da Web 2.0, pois permite a criação colaborativa de conteúdos. É uma prova significativa de que os usuários podem acrescentar conteúdos relevantes e significativos e não apenas consumir informação. A melhor maneira de interação com os usuários é saber aproveitar o que de melhor eles podem oferecer, compartilhando e criando, ou seja, estamos de certo modo contribuindo com conteúdos informacionais e obtendo conhecimentos.

³ “Companhia de mídia (editora) americana criada por Tim O'Reilly, que publica livros e *websites* e organiza conferências sobre temas de informática” (Wikipédia, 2011).

Outro exemplo de colaboração que podemos citar é a Wikipédia na qual um determinado usuário-colaborador insere na web novas informações a respeito de um determinado assunto. Logo outros também podem colaborar melhorando o tema abordado ou proposto. Algo bastante significativo, pois encaramos esse conceito como um avanço através da maneira de como os usuários possibilita a criação e multiplicação de conteúdos mais interessantes por meio da internet e das redes sociais.

4.3.2 *Twitter: a rede social em 140 caracteres*

O Twitter foi fundado por Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams em 2006, como um projeto da empresa Odeo, a partir de uma brincadeira de escritório, tornando-se rapidamente um fenômeno social e de comunicação. O primeiro Twitter, publicado foi feito por um dos seus fundadores Jack Dorsey aonde o mesmo publicava “inviting coworkers”, convidando colegas de trabalho (CINQUEPALMI, 2011).

Este tipo de serviço permite aos usuários enviar e ler mensagens, conhecido comumente entre seus usuários como *tweets*. Para que isso aconteça, o emissor deverá digitar uma mensagem, inserindo o símbolo do arroba (@) na frente do nome que o destinatário utiliza no Twitter, para então receber a informação que o emissor o enviou. Reconhecido como um serviço de microblogging, o Twitter admite que sejam registrados textos pequenos de até 140 caracteres. Pois no momento em que estiverem inseridos a este tipo de serviço os usuários fazem suas breves atualizações, abordando e comentando os mais variados assuntos, sendo visto de uma forma restrita ou pública (RECUERO, 2009).

Tendo em vista o contexto social e o avanço tecnológico em que a sociedade vive atualmente, as informações fluem de forma rápida, principalmente pelas redes sociais tornando-se muito acessíveis. O que desperta maior interesse são os assuntos relacionados à comunidade em que o usuário está inserido. Assumindo uma grande importância mútua, os usuários através das redes sociais fazem com que as informações tenham a devida rapidez, agilidade e enorme alcance, postando algo que provavelmente estará sendo lido por centenas de pessoas.

O significado do termo Twitter, pode ser compreendido como aquele que reproduz por meio de palavras certos sons ou ruídos emitidos pelas aves, os tweets (pios piados ou gorjeios). O senso de comunidade que interligam as pessoas facilita na hora de procurar e encontrar determinadas informações. Dessa forma, o que mais movimenta o Twitter não é um tipo de post ou um tweet específico, mas o conjugado de muitos tweets sobre uma avalanche de temas ou assuntos (LIMA, 2009).

E o mais interessante é que o usuário não precisa seguir ninguém pra acessar as informações de outrem. No caso do Orkut, para se ter acesso a uma determinada informação você precisa que essa pessoa também esteja na sua rede de contatos. No Twitter, não há necessidade de reciprocidade para seguir alguém. Um determinado usuário pode não seguir ninguém, mas pode ter diversos seguidores.

O *Twitter* foi o precursor, aquele que definiu o conceito, as novas possibilidades e a nova forma de irrigar o mundo com conteúdo. Permitiu que uma verdadeira legião de programas, sites e mash-ups* pudessem proporcionar formas diferentes de publicar e interagir com a quantidade colossal de mimi-conteúdo já disponível nesse pequeno, e crescente, universo. Já se percebe que ao redor dessa plataforma se forma uma economia própria, onde ela própria é o início e o fim, o meio e o objetivo. (SEIXAS, 2009, p. 45 *apud* RUFINO, 2010, p. 9).

O ciberespaço é o local mais indicado para quem deseja interagir e conversar em um espaço reduzido de tempo, pois ficamos recolhidos neste mundo mágico aonde as informações viajam constantemente de um lado para o outro, sendo às vezes imprevisíveis, atuando silenciosamente em pessoas que às vezes nem conhecemos direito. É o lugar da interatividade sob o limite de 140 caracteres, um lugar de comunicação e diálogo formal entre as pessoas no mundo do seu diário *on-line*.

No mês de Março/2011, Cinquepalmi publicou na Superinteressante⁴ uma linha histórica do Twitter aonde no final do ano de 2008 para início de 2009 o Brasil aparecia entre os cinco países com mais usuários, ficando apenas atrás de EUA, Japão, Espanha e Reino Unido. Já os dados obtidos pela revista Info⁵ ed. 305,

⁴ Revista mensal brasileira, publicada pela Ed. Abril onde a mesma aborda assuntos de curiosidades culturais e científicas.

⁵Revista mensal brasileira, publicada pela Ed. Abril onde a mesma aborda diversos assuntos sobre tecnologia e internet.

Julho/2011 são publicadas aproximadamente por mês cerca de 4,2 bilhões de mensagens, com tendências de crescimento até o final do ano.

Para que o usuário possa usufruir dos serviços e benefícios da ferramenta e compartilhar suas informações, é indispensável que o mesmo realize um simples cadastro no sistema, no qual dará autorização para acesso e postagem através de uma conta de usuário e de uma senha criados no próprio site do sistema, disponível através da URL <https://twitter.com>. Assim poderão encontrar, acompanhar e compartilhar pessoas com os mesmos hobbies e interesses.

A seguir apresentamos os campos necessários para o cadastro no Twitter.

- Fullname: significa seu **nome completo**
- Password: é a **senha** que você vai usar para acessar o seu Twitter
- Username: é o **nome de usuário** que você usará junto com a senha para entrar na sua conta. O mesmo também fará parte do endereço do seu Twitter. ex: <http://www.twitter.com/username>

Figura 6 – Tela inicial do Twitter



Fonte: <http://www.Twitter.com/>, 2011

Abaixo mostraremos algumas ferramentas que o Twitter nos proporciona.

- hashtag: São palavras com o símbolo # (jogo da velha) na frente. Indicam um assunto abordado e acessível para qualquer usuário. Significam os assuntos ou temas mais comentados e relevantes do Twitter no momento;
- twellow: São as chamadas páginas amarelas do Twitter. Permite pesquisar usuários por palavra-chave. Possivelmente é a melhor forma de encontrar alguém conhecido ou com os mesmos interesses que você;
- twitpic: Com essa ferramenta o usuário publica suas fotos, direto para sua conta do Twitter. Também pode mandar imagens via celular para que seus amigos possam postar comentários.

5 ABORDAGENS METODOLÓGICAS

A Metodologia é um conjunto de métodos e técnicas científicas que consiste em estudar e avaliar os vários procedimentos disponíveis, colaborando para o desenvolvimento organizado da pesquisa. Sua função é mostrar ao pesquisador a como proceder no “caminho das pedras” da pesquisa, ajudando-o a refletir, pensar e investigar sob um olhar curioso, indagador e criativo (SILVA; MENEZES, 2001, p. 9).

5.1 Caracterização da pesquisa

Esta pesquisa é de caráter exploratório, onde pretendemos fornecer aos alunos e professores do curso de Biblioteconomia, dados e conceitos, que venham a possibilitar um melhor entendimento da problematização abordada na monografia. Gil (2002, p. 61) afirma que o estudo exploratório, “tem a finalidade de proporcionar a familiaridade do aluno com a área de estudo no qual está interessado, bem como sua delimitação. Essa familiaridade é essencial para que o problema seja formulado de maneira clara e precisa”. Tentaremos reunir dados claros e concisos que sejam suficientes para um melhor esclarecimento.

5.2 Campo da pesquisa e universo a ser pesquisado

O campo da pesquisa é a UFPB, localizada no Campus Universitário I, bairro Jardim Cidade Universitária na cidade de João Pessoa, aonde pretendemos entrevistar sessenta alunos matriculados nas disciplinas do 7º período, 2011.2, do curso de Comunicação Social (CS). Optamos pelo curso de CS, porque seu principal objeto de estudo são os meios de comunicação em massa.

Pode-se dizer que a comunicação e a informação são as disciplinas base para o conhecimento e consequências de uma relação entre sociedade e os meios de comunicação coletiva, sejam eles: o rádio, revista, jornal, televisão, propaganda e Internet, pois a CS juntamente com seu objetivo, por si só tornam-se mecanismos vivos e dinâmicos no intuito de informar, influenciar e entreter as pessoas. Encontra-

se em praticamente todos os aspectos do mundo moderno, evoluindo constantemente, registrando a história e persuadindo as mais diversas camadas sociais.

5.2.1 *Pré-teste*

O pré-teste foi realizado com aproximadamente 10% do universo a ser pesquisado, proporcionando a pesquisa e aos pesquisados um maior nível de interpretação e clareza, reduzindo ao máximo as possíveis incompreensões que porventura surja. Conforme Gil (2002, p. 119) “O pré-teste não visa captar qualquer dos aspectos que constituem os objetivos do levantamento [...] ele está centrado na avaliação dos instrumentos enquanto tais, visando garantir que meçam exatamente o que pretendem medir”. Verificaremos através do pré-teste, se o questionário está compreensível e de acordo com os resultados almejados, objetivando o êxito no tocante aos dados das respostas.

5.2.2 *Coleta de dados*

A coleta de dados feita pelo pesquisador trará as informações necessárias e essenciais para o desenvolvimento da pesquisa. Na elaboração de qualquer pesquisa científica a coleta de dados torna-se primordial, tendo em vista que esta etapa visa garantir a qualidade da informação que se pretende obter junto à população pesquisada.

O instrumento de coleta de dados escolhido deverá proporcionar uma interação efetiva entre você, o informante e a pesquisa que está sendo realizada. Para facilitar o processo de tabulação de dados por meio de suportes [...] 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. (SILVA; MENEZES, 2002 p. 34).

Para tanto, aplicaremos um questionário de caráter quantitativa e qualitativa, captando as opiniões da população pesquisada, referente a confiabilidade informacional do Twitter para melhor exposição dos dados. Por ser um método

simples divulgaremos as respostas “pensamentos” subjetivos dos pesquisados em relação aos dados qualitativos, e em números e gráficos a parte quantitativa referente às informações obtidas para só então analisá-las.

Optamos por entrevistar tais alunos, pois assim como os Bibliotecários os profissionais de CS trabalham diretamente com a elaboração, a produção o desenvolvimento, o tratamento e a disseminação do conhecimento e da informação em diversos suportes e plataformas.

5.2.3 *Organização dos dados coletados*

Os dados obtidos na pesquisa serão recolhidos, arranjados e tratados com o intuito de descrever e interpretar graficamente a realidade observada, objetivando determinar um percentual da população pesquisada.

5.2.4 *Análise*

A análise será feita através da estatística descritiva. Os dados recolhidos serão analisados através de gráficos e tabelas. Utilizaremos também quadros, para ressaltar as opiniões dos entrevistados. Desta forma tentaremos responder os questionamentos levantados nesta pesquisa.

6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Após a aplicação dos questionários entre os alunos matriculados nas disciplinas do 7º período 2011.2, do curso de Comunicação Social, nos deparamos com uma amostra de 45 alunos do valor absoluto. Esta quantidade equivale a um percentual de 75% do universo inicialmente proposto, conforme aparece na tabela abaixo. Com os dados obtidos iniciaremos com a análise e interpretação.

6.1 Amostra

Tabela 1: Amostra e porcentagens dos sujeitos

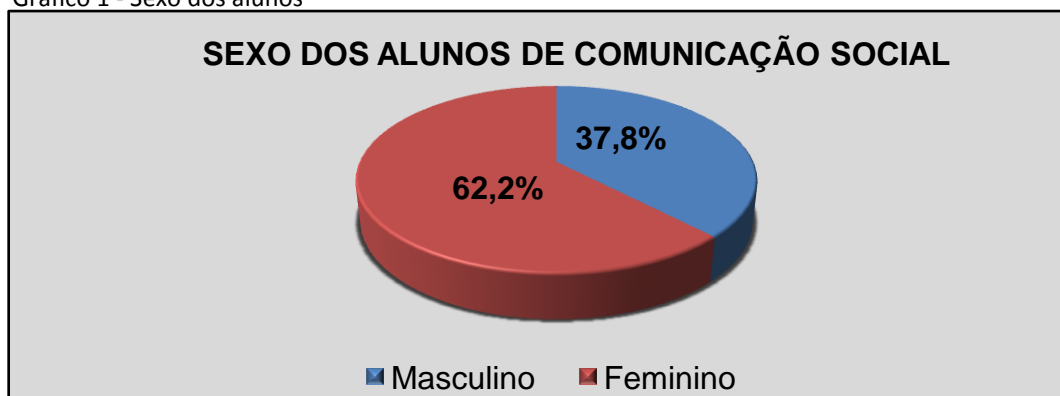
Alunos		Porcentagem
Universo inicialmente proposto	60	100%
Pré - teste	5	8,3%
Amostra final	45	75%

Fonte: Dados da pesquisa, 2011

6.2 Perfil dos Alunos

No primeiro momento analisaremos o perfil dos alunos. Abordamos o sexo e a faixa etária respectivamente conforme aparecem no gráfico 1.

Gráfico 1 - Sexo dos alunos



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

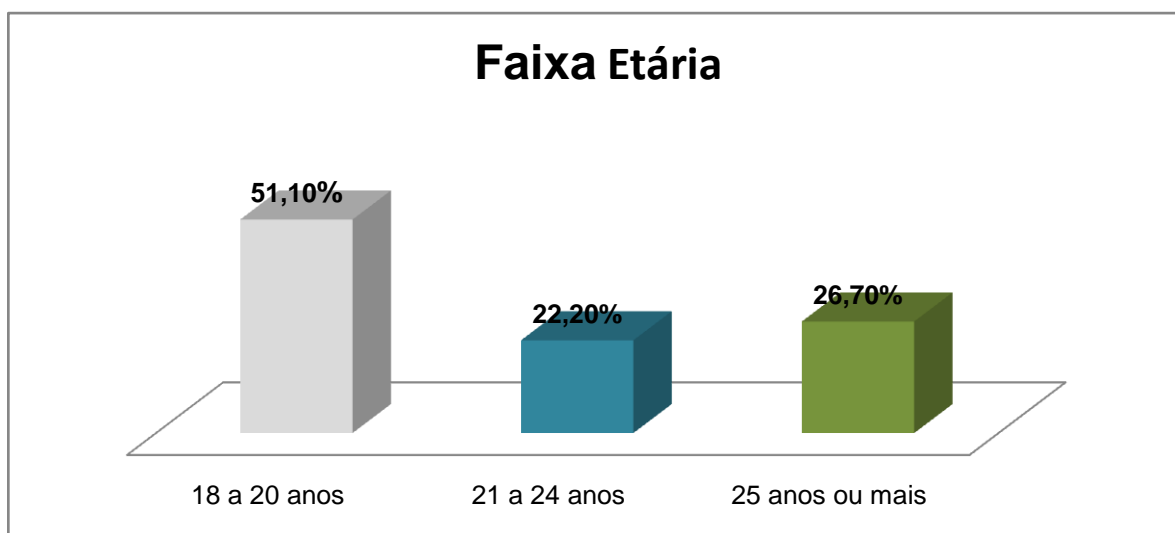
Tabela 2: Sexo dos alunos

Alunos	Quant. de alunos	Percentual
Masculino	17	37,8%
Feminino	28	62,2%
Total	45	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

De acordo com o gráfico 1 observamos que 62,2% dos alunos são do sexo feminino, o que corresponde a um valor de 28 alunas. Já 37,8% são do sexo masculino correspondendo a um valor de 17 alunos. Percebemos que há uma predominância considerável do sexo feminino em relação ao sexo masculino.

Gráfico 2-Faixa etária dos alunos



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Tabela 3: Faixa Etária

Faixa Etária	Quant. de alunos	Percentual
18 a 20 anos	23	51,1%
21 a 24 anos	10	22,2%
25 anos ou mais	12	26,7%
Total	45	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Ao analisarmos o gráfico dos perfis dos alunos verificamos que 51,1% dos alunos que participaram da entrevista têm idades entre 18 e 20 anos, já 22,2% têm

entre 21 a 24 anos e 26,7% possuem 25 anos ou mais. Considerando o percentual dos alunos pesquisados, podemos perceber que é uma faixa etária considerada jovem.

6.3 Dados de conteúdo

Apresentamos no gráfico abaixo quantidade e a porcentagem dos alunos que fazem, ou não o uso do Twitter.

Gráfico 3 - Utilização do Twitter pelos alunos



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Tabela 4: Utilização do Twitter pelos alunos

Respostas	Quant. de alunos	Percentual
Sim	40	88,9%
Não	5	11,1%
Total	45	100%

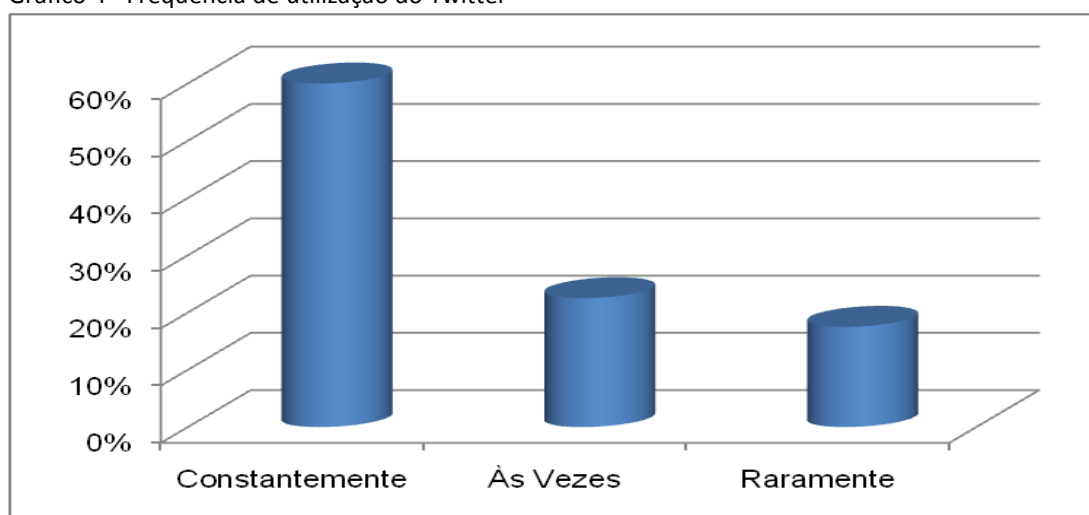
Fonte: Dados da pesquisa, 2011

Ao avaliarmos o gráfico 3, constatamos que quase 90% dos entrevistados (40 alunos) utilizam o Twitter. Este fato não nos causa surpresa, pois como o curso de CS trabalha, diretamente com o conhecimento e informações em diversos suportes, não há muito que se admirar tal porcentagem. Já 11,1% (5 alunos) não fazem qualquer utilidade do Twitter, pois acham-se, na característica irrelevante, ter

e participar deste tipo de rede social. Araújo (2010, p. 2) afirma que: “A publicação de textos em um *blog* prevê a interação com os leitores por meio de comentários, o que possibilita a troca e disseminação de informação e experiências vivenciadas pelo autor e pelos leitores.” Expressar as ideias e compartilhá-las com outros usuários possibilita a dinamização das informações colocando respaldo, e clareza em relação ao que estará sendo transmitindo. Esse sem dúvida é e continuará sendo o perfil dos futuros profissionais capacitados na área da informação.

6.4 Frequencia da utilização dos serviços do Twitter

Gráfico 4 - Frequencia de utilização do Twitter



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Tabela 5: Frequencia de utilização do Twitter

Frequencia	Quant. de alunos	Percentual
Constantemente	24	60%
Às vezes	9	22,5%
Raramente	7	17,5%
Total	40	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

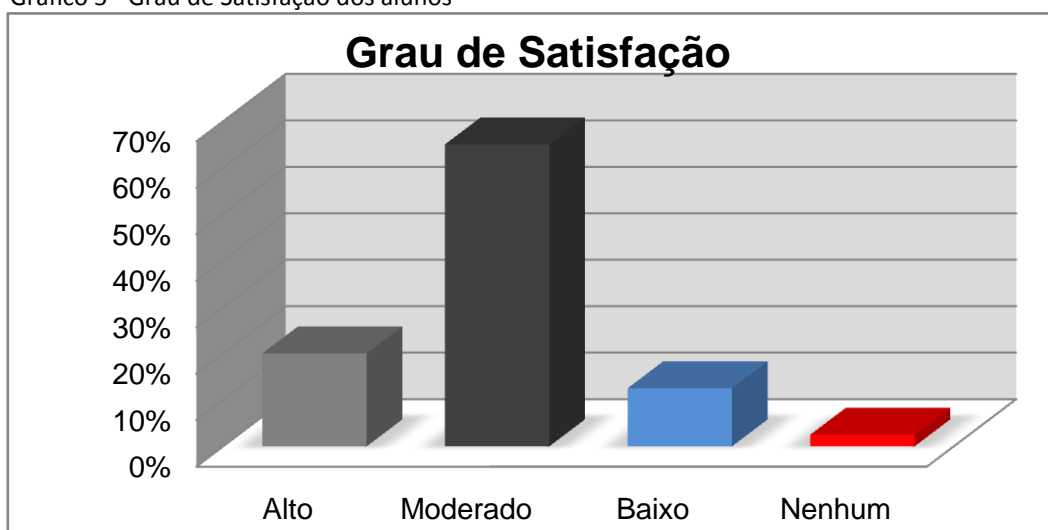
O gráfico 4 nos mostra que 60% usam constantemente o Twitter, seja para trocar informações com outros amigos ou apenas verificar o que estão fazendo as pessoas ou celebridades que os alunos os seguem. De acordo com (PRIMO, 2008 *apud* TELLAROLI, 2010 p. 110) esclarece que “O uso do Twitter e blogs pode tanto conferir maior força às instituições midiáticas [...], como também servir de resistência e espaço para reflexão crítica sobre as notícias distribuídas massivamente”. Já

22,5% utilizam os serviços do Twitter às vezes, já que, por alguma razão os mesmos não têm tanto interesse ou disponibilidade como os demais 60%.

E apenas 17,5% responderam que raramente utilizam os serviços com frequência. De uma maneira geral mesmo os dados mostrando certa variação quanto à frequência da utilização do *microblogging*, a maioria dos alunos utiliza-se desta ferramenta com um intervalo de tempo considerável para usufruir das informações disponibilizadas, tendo assim a possibilidade e oportunidade de sempre que possível estarem atentos para quaisquer novidades que porventura possa surgir no *microblogging*.

6.5 Analisando o grau de satisfação

Gráfico 5 - Grau de Satisfação dos alunos



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Tabela 6: Grau de satisfação

Satisfação	Quant. de alunos	Percentual
Alto	8	20%
Moderado	26	65%
Baixo	5	12,5%
Nenhum	1	2,5%
Total	40	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

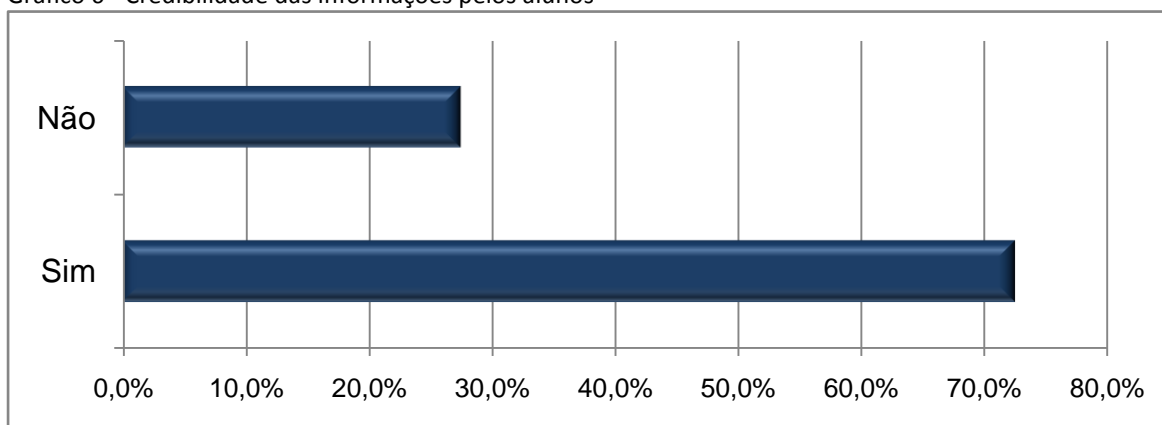
Constatamos na nossa pesquisa que 20% dos alunos que utilizam os serviços do Twitter demonstram alto grau de satisfação em relação às informações

disponibilizadas, demonstrando plena aceitabilidade. Já 65% dos entrevistados demonstraram um grau de contentamento moderado, pois mesmo tendo acesso às informações, acabam demonstrando certa satisfação um tanto quanto razoável e comedida. Ao que vemos na pesquisa 12,5% dos entrevistados demonstram baixa satisfação. Por algum motivo, os 5 entrevistados mostraram grau de satisfação baixa, ou quase insatisfeitas.

Não se sabe ao certo o porquê do motivo, mas podemos perceber que mesmos alguns usuários participando e colaborando com as mídias sociais, em especial o Twitter nem sempre estão de acordo com o que é postado ou noticiado. Por fim apenas 1 aluno demonstrou insatisfação total com as informações postadas.

6.6 Credibilidade

Gráfico 6 - Credibilidade das informações pelos alunos



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Tabela 7: Fator credibilidade

Credibilidade	Quant. de alunos	Percentual
Sim	29	72,5%
Não	11	27,5%
Total	40	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Podemos observar é que 72,5% dos nossos pesquisados acreditam nas informações que o Twitter disponibiliza. Para os usuários o Twitter é uma ferramenta bastante útil, pois eles podem mandar suas mensagens, ver o que sua celebridade favorita anda fazendo e estar a par das notícias mais recentes. Segundo Tellaroli,

2009 p. 110 *apud* Juliano Spyer, 2009 explica que: “o Twitter reúne três coisas que as pessoas gostam de fazer na Internet: conversar, relacionar-se com os outros e acessar informações.” Por estes motivos diversos usuários continuarão a propagar incontáveis informações sobre o que fazem e o que pensam e muitos continuarão creditando tais informações.

Logo 27,5% não dão o menor crédito para as informações que o *microblogging* os oferece. Possivelmente seja pelo fato que muitas informações postadas sejam totalmente irrelevantes ocasionando perda de tempo dificultando a chance de ver algo que realmente os interessa. Cabe aos usuários identificar e filtrar aquilo que realmente lhe será útil.

Para saber, o porquê da credibilidade negativa dos 27,5% dos alunos entrevistados nesta pesquisa, mostraremos no quadro 1 às respectivas respostas coletadas.

Quadro 1: Opinião dos alunos quanto à credibilidade informacional

Credibilidade negativa dos alunos	Respostas
A1	Não sabemos na verdade quem está do outro lado da rede social.
A2	Informações merecem confiabilidade, e o Twitter não é o melhor local para se ter esta confiabilidade.
A3	É necessário sempre verificar se as informações são verdadeiras.
A4	Nem sempre as informações postadas são de caráter verídico.
A5	As pessoas postam qualquer coisa, algumas verdadeiras outras não. Vá lá saber qual é a verdadeira, e qual mentirosa.
A6	Fazem do Twitter um local onde se publica seu estado de espírito.
A7	Qualquer pessoa pode falar o que quiser, e como quiser.
A8	Não somos responsáveis pelo que se passa na mente de cada um, e as pessoas tendem a utilizar o Twitter como algo mais pessoal que para o mundo.
A9	São informações sensacionalistas e boatos infundados.
A10	Não são confiáveis e ponto final.

A11

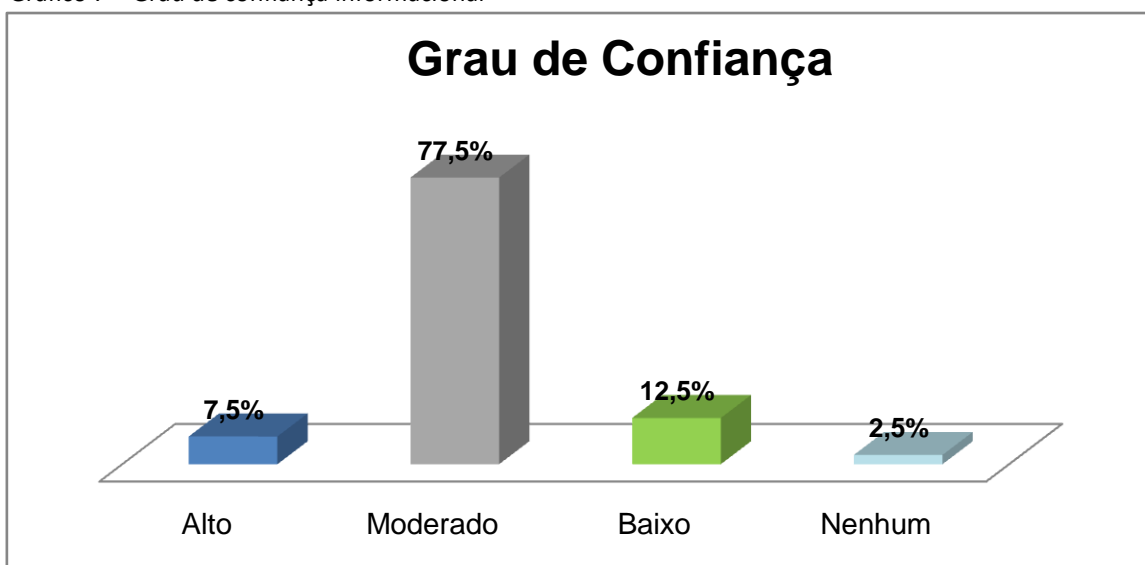
Faz-se necessário um melhor levantamento dos dados e filtragem.

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

6.7 Análise do grau de confiança

Referente ao grau de confiança em relação às informações os alunos expuseram suas respostas indicando:

Gráfico 7 – Grau de confiança informacional



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Tabela 8: Fator confiança

Confiança	Quant. de alunos	Percentual
Alto	3	7,5%
Moderado	31	77,5%
Baixo	5	12,5%
Nenhum	1	2,5%
Total	40	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

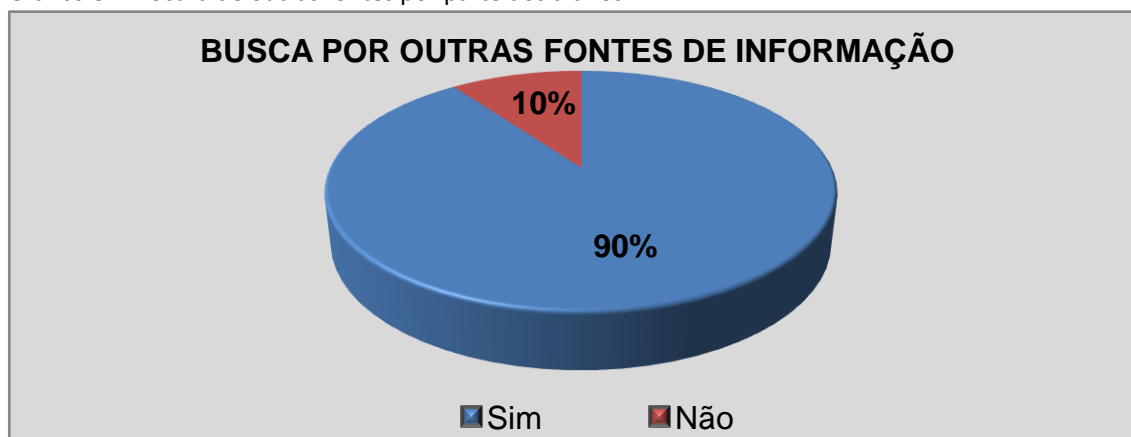
Notamos que quando tratamos de grau de confiança apenas 7,5% dos alunos afirmaram que confiam. Esta pequena porcentagem demonstra o valor que dão e um interesse maior pelas mensagens postadas já que como vivem em uma sociedade dinâmica em relação às informações, nada melhor que conversar com amigos e colegas e se atualizar com as últimas notícias e fofocas. Já a grande maioria 77,5% acredita, mas de forma cautelosa sabendo que confiar é um passo

muito grande a se dar, quando se trata de informações em mídias sociais. No que refere a pouco grau de confiança os 12,5 % demonstram quase nenhuma confiança, os possíveis receios, e entraves passam pela consciência dos pesquisados levando-os a pensarem melhor no que estão lendo. E finalmente 2,5% não confiam de maneira nenhuma nas informações do Twitter. Demonstrando total incerteza esta pequena minoria comporta-se de maneira que qualquer informação postada seja relevante ou não é sinônimo de fidelidade.

6.8 Procurando outras fontes informacionais

Quando nos deparamos com dúvidas do dia-dia, procuramos solucionar de algum modo, seja por meios de pesquisas, conversas informais com amigos ou pesquisando em diversos suportes. A tendência é minimizar ao máximo as dúvidas que nos cercam e o caminho mais viável é pesquisar em outros meios comunicativos e informacionais, para se ter a certeza do fato ocorrido. Perguntado aos entrevistados se eles procuram outras fontes de informação obtivemos à seguinte resposta:

Gráfico 8 - Procura de outras fontes por parte dos alunos



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Tabela 9: A procura de outras fontes

Outras Fontes	Quant. de alunos	Percentual
Sim	36	90%
Não	4	10%
Total	40	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Mostraremos no quadro de número 2, quais são as outras fontes de informações que a maioria respondeu quando foi perguntado no questionário aplicado.

Quadro 2: Outras fontes de busca por parte dos alunos

Outras fontes	Respostas
A1	Livro, telejornais, portais de informações
A2	Jornais, revistas e outros portais
A3	Televisão, Internet em si
A4	Sites de jornais, revistas on-line
A5	Paraíba G1, e demais portais on-line
A6	Facebook, Orkut, Youtube
A7	Outros portais de notícias na Internet
A8	Uol, Globo.com etc.
A9	Revistas, jornais em geral
A10	Jornal local, nacional e internacional
A12	Blogs, Jornais e portais on-line

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Percebemos pelas respostas dos entrevistados, que a maioria procura outras fontes informacionais. Na concepção dos alunos que responderam sim, buscar outros meios de notícias ou outros bancos de dados informacional nos portais de notícias on-line, jornais e demais meios comunicativos é importante para validar a informação que se recebe. Fazer um levantamento destas informações é o primeiro passo para julgarmos melhor qualquer assunto que nos interessa. Não basta apenas aceitar, mas também questionar e levantar questionamentos para não preferirmos informações possivelmente falsas.

Atualmente, exige-se certo nível de conhecimento e informação em quase tudo que fazemos, pois não sem tais atributos não vamos muito longe, seja profissionalmente ou não. Principalmente na sociedade em que vivemos, logo,

devemos como profissionais da informação, ser capazes de compreender tais mudanças e passar o devido conhecimento adiante. Por isso é importante que desenvolvamos nossa capacidade para planejar e produzir informação de uma maneira correta.

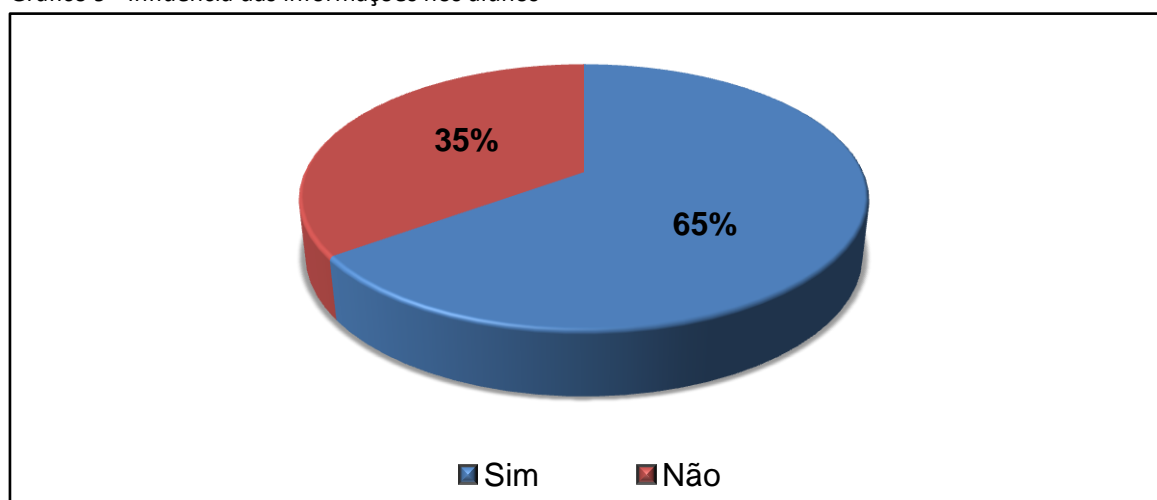
6.9 A influência da informação

Desde seus primórdios, o homem sempre tentou se comunicar, deixando seu legado para demais gerações. As informações difundidas atualmente alcançam pessoas do outro lado do planeta quase que instantânea sendo a agilidade e o dinamismo marca registrada desta era de informática.

Se ao assistirmos o telejornal pela manhã, e nele diz que no decorrer do dia irá chover e fazer frio, logo pegamos nosso guarda chuva e nos agasalhamos. Um exemplo simples de como às informações nos influenciam.

De acordo com os dados do gráfico 9, mostraremos se às informações influenciam ou não o cotidiano dos entrevistados.

Gráfico 9 - Influência das informações nos alunos



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Tabela 10: Fator influência

Fator influência	Quant. de alunos	Percentual
Sim	26	65%
Não	14	35%
Total	40	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Percebemos que 65% dos entrevistados responderam afirmativo em relação se sofrem algum tipo de influência informacional causada pelo Twitter durante seu dia-dia. Essas informações ajudam ou atrapalham dependendo da percepção de quem respondeu que sim. Contudo para uma melhor decisão sobre algo que está prestes a acontecer, ou que já aconteceu fica claro que o que é escrito no microblogging cria uma perspectiva intuitiva na vida do entrevistado.

Já os que responderam não ficaram na casados 35%. Eles vêem e encaram as informações como sendo dados irrelevantes e subjetivos para seu cotidiano, talvez pelo fato de que a pessoa do outro lado do computador que está postando aquela mensagem não mereça ser considerado um formado de opiniões.

No quadro abaixo mostraremos algumas das respostas dos entrevistados, sendo do motivo causador das informações influenciarem em seu cotidiano.

Quadro 3:Influência informacional no cotidiano dos alunos

Motivo da influência	Resposta
A1	As informações do Twitter afeta minha curiosidade, e meu modo de pensar.
A2	As pessoas e empresas que eu sigo noticiam algo que a meu ver é importante e isso me influencia.
A3	Interagindo com outras pessoas na rede eu aumento meu nível de informação e conhecimento.
A4	Se algo é do meu interesse isso me influencia, com certeza
A5	Algo é modificado nas informações e conseqüentemente, também a forma de agir.
A6	Fazer parte de um grupo social, já é motivo para se influenciar e ser influenciado.
A7	Os assuntos mais comentados no Twitter geram polemicas e influenciam no modo de pensar.
A8	Promoções e eventos culturais divulgados no Twitter decidem literalmente o que irei fazer no final de semana.

A9	As notícias mais comentadas me influenciam.
A10	Toda informação traz influência direta ou indireta. E isso não é diferente no Twitter.
A11	Melhora meu posicionamento crítico das notícias.

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

7 *CONSIDERAÇÕES FINAIS*

Considerando todos os dados obtidos nesta pesquisa, com o intuito de avaliar a credibilidade da informação do Twitter, aos alunos do 7º período do curso de CS da UFPB, podemos ressaltar a quantidade de usuários que se fez valer desta mídia social.

A maioria dos alunos entrevistados que trabalha, ou usa esta ferramenta é do sexo feminino, talvez pelo fato do curso de CS possuir mais alunos mulheres do que homens. Para tanto a faixa etária foi considerada jovem já que a maioria possui idade na casa dos vinte e um anos.

Na sociedade atual onde informação se faz necessário para todas as atividades existentes, é necessário que antes façamos um levantamento de tudo que estamos recebendo. Ou seja, nós somos os produtores consumidores e disseminadores.

Percebemos que a grande maioria dos alunos usa o Twitter para algum tipo de pesquisa, relacionamento ou apenas frequentar um ambiente no qual é possível trocar experiências divertidas e conhecimento.

Constatamos em nossas análises uma porcentagem relativamente alta na utilização deste serviço de *microblogging*, entretanto o grau de satisfação dos alunos com as informações tende a ser de forma moderada. Possivelmente pelo fato de que às informações atualizam-se constantemente. No entanto utilizar-se deste caminho informacional para satisfazer uma necessidade pessoal de busca ou uma procura de um relacionamento, comprova que nossa sociedade esta deixando de lado um convívio mais pessoal e presencial para viver atrás de um perfil aonde se isolam em seu mundo particular.

O mundo virtual está relativamente tendo mais e mais usuários, ao ponto de famílias trocarem o convívio pessoal para viverem relacionando-se só através das mídias.

Nossos resultados mostraram que uma boa parte, fica constantemente conectado a este serviço. O estoque informacional do Twitter cresce a cada dia, e

isso chama a atenção dos usuários, pois se publica todo tipo de mensagem na hora que quiser.

Constatamos também que mesmo a maioria acessando constantemente o Twitter, eles procuram outros meios de informação. Sem dúvida essa atitude é muito importante para o usuário, pois melhora a visão crítica do que realmente está ocorrendo em sua volta. Como ser social em que nossas necessidades mistura-se à convivência com as trocas de favores, informações e conhecimento, estamos ligados a uma rede gigantesca dentro e fora da *web*.

As redes sociais são um fenômeno de tecnologia onde a cada dia, mais e mais usuários agregam informações. Este tipo de serviço é um dos favoritos para quem acessa a *Internet*, promovendo diversão dinamismo e questionamentos. A informação verdadeira e de qualidade deve ser passada para todas as camadas sociais, onde o indivíduo que busca satisfazer sua curiosidade ou necessidade de busca muitas vezes se depara com as dificuldades e barreiras que surgem e continuará há surgir, mas, cabe a nós como profissionais da informação levá-la de forma correta sem nenhum tipo de influência, pois quem decidirá se aquela determinada informação é útil ou é digna de fidelidade será o usuário final.

A grande maioria entrevistada utiliza o Twitter de forma cotidiana e constante. Entretanto, os alunos consideraram optar por prudência em relação ao fator credibilidade e confiança. De certa forma é até compreensível, já que no Twitter são publicadas constantemente diversas mensagens. Sendo uma ferramenta muito utilizada pelos alunos, observamos através dos resultados obtidos que eles tendem a ver e receber as informações do Twitter com certa dose de moderação. Podem até confiar, mas normalmente verificam outros meios informacionais, para legitimar as informações recebidas.

Compreendemos que um estudo de mídias sociais tende a ser bem mais minuciosa e demorada. Enquanto qualquer pessoa seja ele político empresário estudante ou empresas escrever, e divulgar todo tipo de informação no Twitter teremos que sempre que possível verificar outras fontes, para não nos surpreendermos depois.

Finalizamos nossas considerações abordando alguns entraves e limitações no decorrer desta pesquisa. Algumas dessas dificuldades foram achar os alunos do 7º período para poder aplicar o questionário, pois mesmo tendo os horários em

mãos, fornecidos pela coordenação, geralmente não era à sala que constava nos horários. Isso demandava tempo para procurar qual era a sala correta. E quando encontrávamos o local, a aula já tinha terminado e os alunos já tinham indo embora. Determinados livros tivemos que adquirir por meio de compra, para podermos completar e dar um maior embasamento ao nosso referencial teórico, outros foram gentilmente cedidos. Por se tratar de um assunto bastante técnico envolvendo algumas áreas como tecnologia informacional e computação, percebemos certa dificuldade para achar os termos, assuntos e referências que se adequasse corretamente à pesquisa. Tendo em vista às limitações desta Monografia, entendemos que podemos aprimorar mais a pesquisa e assim contribuir para um melhor entendimento do assunto proposto pelo pesquisador.

8 REFERÊNCIAS

AGUIAR, Giseli Adornato.; SILVA, José Fernando Modesto da. A adoção das redes sociais da Internet pelas bibliotecas universitárias da Argentina, Brasil, Espanha e Estados Unidos: um estudo exploratório. In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 2011, Maceió. **Anais...** Maceió: Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas da Informação e Instituições - FEBAB; Associação Alagoana dos Profissionais em Biblioteconomia - AAPB, 2011. p. 1-12.

AMARAL, Sueli Angélica do. Marketing e desafio profissional em unidades de informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n. 3, p. 452-461, 1996.

ARAÚJO, Paula Carina de. o blog “na era da informação” como ferramenta de compartilhamento de informação, conhecimento e para a promoção profissional. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.15, n.1, p. 201-213 jan./jun., 2010.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e mensagens: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência**. 9ª. ed. Petrópolis, RJ: 2001. 123 p.

_____. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1994. 105 p.

CINQUEPALMI, João Vito. Twitterfacts. **Superinteressante**, São Paulo, n. 289, p. 56-61, Março. 2011.

COOPER, Brian. **Como pesquisar na internet**. São Paulo: Publifolha, 2005. 72 p.

CHRISTAKIS, A. Nicholas; FOWLER, H. James. **O poder das conexões: a importância do networking e como ele molda nossas vidas**. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2010. 303 p.

DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da informação: porque só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. São Paulo: Futura, 1998. 312 p.

EPSTEIN, Isaac. **Teoria da informação**. São Paulo, SP: Ed Ática, 1988. 71 p.

FRAGOSO, Suely. Apresentação. In: RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina. 2009. 191 p. p.11-14.

GARATTONI, Bruno. A outra Muralha da China: país monta um superprojeto para censurar a internet. **Superinteressante**, São Paulo, n. 255, p. 34-35, Agosto. 2008.

GATTES, Bill. **A estrada do futuro**. Tradução de Nathan Myhrvold e Peter Rinearson. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. 347 p.

GETSCHKO, Demi. Campus Party: confiabilidade da informação nas redes sociais. In: VELO, Átila; UseBrainz/Campanha Digital. **Campanha digital**. 2011. Disponível em:< <http://campanhadigital.net.br/2011/01/20/campus-party-confiabilidade-da-informacao-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 26 set. 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

GUINCHAT, Claire; MENO, Michel. **Introdução geral às ciências e técnicas da informação e documentação**. Brasília: IBICT, 1994.

GRAEFF, Antônio; ERCÍLIA, Maria. **A internet**. São Paulo: Publifolha, 2008. 121 p.

HELLER, Robert. **Entenda e ponha em prática as idéias de Bill Gates**: o gênio da informática, seu guia para o mundo empresarial. São Paulo: 2000. 112 p.

LEAL, Renata. Da para escapar da overdose de informação?. **Info**, São Paulo, n. 286, p. 32-42, Dezembro. 2009.

LE COADIC, Yves-François. **A Ciência da Informação**. Brasília, DF: Brinquet de Lemos/Livros, 2004. 123 p.

LIMA, Denilson. **Inglês na ponta da língua**: descomplicando o que parece complicado. Março, 2009. Disponível em: <<http://denilsodelima.blogspot.com/2009/03/o-que-significa-twitter.html>>. Acesso em: 22. out. 2011.

LUZ, Carlos César Schmitt da et al. Fontes de informação em educação a distância disponíveis em meio eletrônico nas Universidades Federais Brasileiras. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.12, n.1, p. 75-86, jan./jun. 2007.

MACHADO, Ana Maria Nogueira. **Informação e controle bibliográfico**: um olhar sobre a cibernética. São Paulo, SP: UNESP, 2003, 159 p.

MARTINS, Eliane Epifane.; PAIVA, Rodrigo Oliveira de; ALVES, Sheila da Cunha. As redes sociais como meios de difusão informacional: uma análise do uso do Orkut pelos estudantes de Biblioteconomia da UFPB. In: Encontro Nacional de Estudantes de Biblioteconomia, Documentação, Gestão, e Ciência da Informação. Os desafios do profissional da informação frente às tecnologias e suportes informacionais do século XXI: lugares de memória para a biblioteconomia, 2010, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba- UFPB, 2010. p. 1-9.

McGARRY, Kevin. **O contexto dinâmico da informação**: uma análise introdutória. Brasília, DF: Brinquet de Lemos/Livros, 1993. 206 p.

MORAES, Marielle Barros de; ALMEIDA, Marco Antonio de. A formação do bibliotecário na sociedade da informação: considerações sobre a Ciência da Informação no panorama acadêmico brasileiro. In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 2011, Maceió. **Anais...** Maceió: Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas da Informação e Instituições - FEBAB; Associação Alagoana dos Profissionais em Biblioteconomia - AAPB, 2011. p.1-13.

MORENO, Nádima Aparecida. A informação arquivística e o processo de tomada de decisão. **Informação e Sociedade**: Estudo. João Pessoa, v.17, p. 13-21, jan./abr. 2007. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/483/626>> Acesso em: 15 Jul. 2011.

MOURA, Marinaide Ramos. O simbólico em Cassirer. **Ideação**, Feira de Santana, n.5, p.75-85, jan./jun. 2000.

PIGNATARI, Décio. **Informação linguagem e comunicação**. São Paulo, Cultrix. 12.ed. 1996. 121 p.

PINHEIRO, Carlos. Biblioteca 2.0. **Rede de Bibliotecas Escolares**: newsletter nº 5, Lisboa, n. 5, jul. 2009. Disponível em: <http://bedesafios.wikispaces.com/file/view/biblioteca_2_0.pdf>. Acesso em 09 set. 2011

POLONI, Gustavo; MONTEIRO, Aline; CAPUTO, Victor. O lado perigoso das Redes Sociais. **Info**, São Paulo, n. 305, p. 68-77, Julho. 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191 p.

REDE NACIONAL DE PESQUISA. **Popularização da Internet**: introdução ao uso de correio eletrônico e Web. Instituto Tamis, 1997. 76 p.

ROSA, Maria Cecília Amaral de. **Dicionário de símbolos**: o alfabeto da linguagem inferior. São Paulo: Escala 2009. 127 p.

RUFINO, Airtiane. Twitter: os “novos” rumos da comunicação e da disseminação da informação em meio às redes sociais. In: Encontro Nacional de Estudantes de Biblioteconomia, Documentação, Gestão, e Ciência da Informação. Os desafios do profissional da informação frente às tecnologias e suportes informacionais do século XXI: lugares de memória para a biblioteconomia, 2010, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba- UFPB, 2010. p. 1-14.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

SOUZA, Edivanio Duarte de. **Informação e construção da cidadania**: representação das ações de informação da Casa Pequeno Davi. 2004. 176 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Curso de Pós-graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

SPUDEIT, Daniela F. A. Oliveira. O fenômeno social das redes de informação: reflexão teórica. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.15, n.1, p. 87-100, jan./jun. 2010.

TECHTUDO: a tecnologia descomplicada. c 2010-2011. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/facebook.html>> Acesso em: 02. dez. 2011.

TELLAROLI, Taís Marina. O uso do Twitter pelos portais de notícia UOL, Terra e G1. **Famecos**/Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul -PUCRS, Porto Alegre, n. 23, p. 109-116, Agosto. 2010.

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

TWITTER. Siga o que lhe interessa: atualizações instantâneas dos seus amigos, opiniões de especialistas, suas celebridades favoritas e tudo o que está acontecendo ao redor do mundo. **Twitter**. Disponível em: <<http://twitter.com/>>. Acesso em: 29 set. 2011.

VITORINO, Elizete Vieira et al. Fontes de informação sobre competência informacional na Internet: um olhar avaliativo. In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 2011, Maceió. **Anais...** Maceió: Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, Cientistas da Informação e Instituições - FEBAB; Associação Alagoana dos Profissionais em Biblioteconomia - AAPB, 2011. p. 1-13.

WATTS, Duncan J. **Seis graus de separação**. A evolução da ciência de rede em uma era conectada. São Paulo: Leopardo, 2009. 269 p.

ZEMAN, Jiri. **Significado filosófico da noção de informação**: o conceito de informação na ciência contemporânea. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970.

APÉNDICE

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA

Prezado (a) aluno (a) do 7º período do curso de Comunicação Social, solicito a sua ajuda no intuito de responder ao questionário abaixo como instrumento de coleta de dados, para o Trabalho de Conclusão de Curso. Tendo como principal objetivo e característica, o questionamento da confiabilidade informacional do Twitter. Os dados coletados serão empregados unicamente para fins acadêmicos, sendo preservado o anonimato dos respondentes.

Junio Lima de Carvalho – Graduando em Biblioteconomia

Orientador: Prof. Dr. Guilherme Ataíde Dias

Questionário

Dados de Identificação

1. Sexo: Masculino Feminino
2. Faixa etária:
 18 a 20 anos 21 a 24 anos 25 anos ou mais

Dados de Conteúdo

Você faz uso do Twitter?

Sim

Não

Caso tenha respondido afirmativamente esta pergunta prossiga no preenchimento do questionário caso contrário, agradecemos à sua participação.

3. Com que frequencia você utiliza os serviços do Twitter?

Constantemente Às vezes Raramente

4. Qual é o seu grau de satisfação, em relação às informações disseminadas pelo Twitter?
 Alto Moderado Baixo Nenhum

5. Você acha que às informações disponibilizadas no Twitter merecem credibilidade?

Sim ()

Não ()

5.1 Se não, por quê?

6. Qual é o seu grau de confiança, em relação às informações do Twitter?

() Alto () Moderado () Baixo () Nenhum

7. Você procura outras fontes de informações que na sua concepção sejam confiáveis?

Sim ()

Não ()

7.1 Se sim, quais?

8. As informações difundidas pelo Twitter, de alguma maneira te influenciam em seu cotidiano?

Sim ()

Não ()

8.1 Se sim, de que maneira?

Agradeço desde já a colaboração e a atenção de todos que participaram deste questionário.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C331t Carvalho, Junio Lima de.

Twitter: uma questão de confiabilidade em 140 caracteres. /
Junio Lima De Carvalho. – João Pessoa: UFPB, 2011.
74 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Guilherme Ataíde Dias.
Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – UFPB/CCSA.

1. Redes sociais. 2. Twitter. 3. Serviços de informação.
4. Informação – confiabilidade. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU: 004.738.5 : 316.77 (043.2)