

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

Maurício de Vargas Corrêa

**COMPORTAMENTO INFORMACIONAL EM COMUNIDADES VIRTUAIS:  
UM ESTUDO NETNOGRÁFICO**

Porto Alegre

2015

Maurício de Vargas Corrêa

**COMPORTAMENTO INFORMACIONAL EM COMUNIDADES VIRTUAIS:  
UM ESTUDO NETNOGRÁFICO**

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

Orientadora: Profa. Dra. Helen Beatriz Frota Rozados.

Porto Alegre

2015

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Reitor: Prof. Dr. Carlos Alexandre Netto

Vice-reitor: Prof. Dr. Rui Vicente Oppermann

**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

Diretora: Profa. Dra. Ana Maria Mielniczuk de Moura

Vice-diretor: Prof. Dr. André Iribure Rodrigues

**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO**

Chefe: Profa. Dra. Maria do Rocio Fontoura Teixeira

Chefe substituto: Prof. Dr. Valdir Jose Morigi

**COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE BIBLIOTECONOMIA**

Coordenador: Prof. Dr. Rodrigo Caxias de Souza

Coordenador substituto: Prof. Me. Jackson da Silva Medeiros

---

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

---

Corrêa, Maurício de Vargas

Comportamento informacional em comunidades virtuais : um estudo  
netnográfico / Maurício de Vargas Corrêa. – 2015.  
69 f. : il. color.

Orientadora: Profa. Dra. Helen Beatriz Frota Rozados.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Universidade Federal do Rio  
Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de  
Biblioteconomia, Porto Alegre, 2015.

1. Comportamento informacional. 2. Comunidades virtuais. 3. *Sites* de redes  
sociais. 4. Facebook. 5. Netnografia. I. Rozados, Helen Beatriz Frota. II. Título.

---

Catalogação: Maurício de Vargas Corrêa

**Departamento de Ciências da Informação**

Rua Ramiro Barcelos, 2705, Bairro Santana

CEP 90035-007 – Porto Alegre – RS

Telefone: (51) 3308-5067

E-mail: fabico@ufrgs.br

Maurício de Vargas Corrêa

**COMPORTAMENTO INFORMACIONAL EM COMUNIDADES VIRTUAIS:  
UM ESTUDO NETNOGRÁFICO**

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

Aprovado em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2015.

**Banca Examinadora**

---

Profa. Dra. Helen Beatriz Frota Rozados  
Orientadora

---

Profa. Dra. Sonia Elisa Caregnato  
Examinadora

---

Profa. Dra. Ida Regina C. Stumpf  
Examinadora

*Àqueles que sempre torceram por mim.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a Deus e aos meus protetores espirituais pela força e a coragem para lutar pelos meus sonhos.

Agradeço à Universidade Federal do Rio Grande do Sul por permitir a realização deste grande sonho.

Agradeço à minha orientadora, professora Helen Beatriz Frota Rozados, pelo apoio e liberdade na condução deste trabalho e, sobretudo, pelas palavras sempre carinhosas e animadoras.

Agradeço à professora Sonia Elisa Caregnato pelas sugestões na elaboração do projeto de TCC e pela oportunidade de ser monitor da disciplina de Pesquisa em Ciências da Informação, contribuindo para o meu aprimoramento profissional.

Agradeço à professora Ida Regina Stumpf por ter me apresentado a netnografia e o tópico comportamento informacional em suas disciplinas.

Agradeço aos demais professores do Curso de Biblioteconomia pelos momentos, experiências e conhecimentos compartilhados.

Agradeço aos queridos amigos, colegas e companheiros de jornada Leonela Meireles, Viviane Corrêa, Grasiela Pereira, Lara Santos, Eliane Fermino, Filipe Copetti e Wagner Zimmermann.

Agradeço ao Miguel Ángel Márdero Arellano por “abrir as portas” do grupo SEER: OJS in Brazil para a realização da pesquisa e por se dispor em ajudar.

Agradeço à Tatiana Melani Tosi, revisora técnica da obra *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*, pela gentileza de esclarecer algumas dúvidas sobre a netnografia nas etapas de planejamento e análise de dados.

Agradeço aos bibliotecários com quem tive oportunidade de trabalhar durante o Curso de Biblioteconomia, especialmente à Sachi Makino, Carmen Barneche, Morgana Marcon, Cristina Gomes e Nilton Gaffrée Junior.

Agradeço aos amigos, familiares, colegas de trabalho e estágio que acompanharam minha trajetória e torceram por mim.

Agradeço à Sílvia Coimbra por ter estado presente em diferentes momentos nos últimos anos.

Agradeço aos meus pais por me ensinarem a lutar pelos meus objetivos e a dar o melhor de mim em tudo o que eu faça.

*Em nossa interpretação, são realidades da Ciência da Informação o mundo subjetivo dos conteúdos de informação, da sua geração e assimilação, o mundo objetivo dos aparatos, equipamentos e instrumentos com que opera a Ciência da Informação, e o mundo do ciberespaço, da velocidade igual ao infinito, do tempo e espaço zero. (BARRETO, 2002, p. 23).*

## RESUMO

O uso das tecnologias da informação e da comunicação (TIC), mais precisamente a Internet e a *Web*, tem influenciado o comportamento informacional de uma parcela significativa da população brasileira. Um dos fenômenos gerados a partir da apropriação social das TIC é a formação de comunidades virtuais no ciberespaço. Nessas comunidades, os fluxos de informação são constantes e, muitas vezes, superam o que ocorre nas interações presenciais. Para demonstrar como o comportamento informacional se manifesta nas comunidades virtuais do ciberespaço, foi selecionado como campo de pesquisa o grupo de interesses SEER: OJS in Brazil do SRS Facebook. Por meio da netnografia, um método de pesquisa desenvolvido para o estudo de comunidades virtuais, o estudo buscou identificar os comportamentos de busca, uso e compartilhamento da informação encontrados na comunidade; categorizar os tipos de informação buscados, usados e compartilhados; analisar as motivações dos membros para a busca, o uso e compartilhamento da informação e identificar os papéis desempenhados pelos participantes nos fluxos de informação observados. A análise dos dados revelou que o comportamento informacional predominante na comunidade é o compartilhamento da informação; que os tipos de informação compartilhados abrangem diferentes aspectos da prática científica, com ênfase nos periódicos científicos; que alguns participantes utilizam a comunidade para buscar informações relativas ao Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER) e que os participantes da comunidade alimentam os fluxos de informação de diferentes formas. Por fim, conclui-se que as comunidades virtuais são espaços interessantes para a realização de pesquisas sobre comportamento informação na área da Ciência da Informação.

**Palavras-chave:** Comportamento de busca da informação. Comportamento de uso da informação. Compartilhamento da informação. Comunidades virtuais. *Sites* de redes sociais. Facebook.



## ABSTRACT

The use of information and communication technologies (ICT), specifically the Internet and the Web, has influenced the information behavior of a significant portion of the Brazilian population. One of the phenomena generated from the social appropriation of ICTs is the formation of virtual communities in cyberspace. In these communities the information flows are constant and often surpass what happens in classroom interactions. To demonstrate how the information behavior is manifested in virtual cyberspace communities, the group of interests SEER: OJS in Brazil from SNS Facebook was selected as a research field. Using netnography, a research method developed to study virtual communities, the aim of this study was to identify information seeking behavior, information use behavior, and information sharing in the community, categorize the types of information sought, used and shared, analyze the members' motivations to seeking, use and information sharing, and identify the roles played by participants in the information flows observed. Data analysis revealed that (I) the predominant information behavior in the community is the information sharing, (II) the types of shared information comprise different aspects of scientific practice with emphasis on scientific journals, (III) some members use the community to seek information on Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER) and (IV) community participants feed information flows in different ways. To conclude, virtual communities are interesting places to research information behavior in Information Science.

**Keywords:** Information seeking behavior. Information use behavior. Information sharing. Virtual communities. Social network sites. Facebook.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Grafo de Leonhard Euler.....	27
Figura 2 – Modelo do comportamento informacional de Wilson (1981) .....	39
Figura 3 – Cartum publicado na comunidade virtual SEER: OJS in Brazil.....	57

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Classificação das postagens realizadas na comunidade virtual	
SEER: OJS in Brazil .....	53
Gráfico 2 – Tipos de informação compartilhados na comunidade virtual	
SEER: OJS in Brazil .....	55

## LISTA DE SIGLAS

ARIST	Annual Review of Information Science and Technology
BRAPCI	Base de Dados Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação
HTML	HyperText Markup Language
HTTP	HyperText Transfer Protocol
IRL	In real life
OJS	Open Journal Systems
SADQ	<i>Software</i> de análise de dados qualitativos
SEER	Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas
SRS	<i>Sites</i> de redes sociais
TIC	Tecnologias da informação e da comunicação

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
1.1	JUSTIFICATIVA .....	14
1.2	OBJETIVOS .....	15
1.3	CONTEXTUALIZAÇÃO DO CAMPO.....	16
1.3.1	O Facebook.....	16
1.3.2	O grupo SEER: OJS in Brazil .....	17
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>19</b>
2.1	CIBERESPAÇO .....	19
2.2	A EVOLUÇÃO DA WEB.....	21
2.3	DA METÁFORA DAS REDES AOS <i>SITES</i> DE REDES SOCIAIS .....	25
2.4	COMUNIDADES VIRTUAIS .....	31
2.5	COMPORTAMENTO INFORMACIONAL .....	35
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>42</b>
3.1	NETNOGRAFIA E ETNOGRAFIA.....	42
3.2	ETAPAS DA PESQUISA NETNOGRÁFICA.....	46
3.2.1	Planejamento e entrada em campo .....	46
3.2.2	Coleta de dados.....	48
3.2.3	Análise dos dados.....	49
3.2.4	Garantia dos padrões éticos .....	51
3.2.5	Limitações do estudo.....	52
<b>4</b>	<b>INTERPRETAÇÃO DOS DADOS</b> .....	<b>53</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>62</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>64</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O uso crescente das tecnologias da informação e da comunicação (TIC) está influenciando diferentes dimensões da experiência humana. As relações sociais, por exemplo, estão cada vez mais virtualizadas e dependentes dos artefatos tecnológicos que são criados e aprimorados todos os dias pelas empresas de tecnologia. *Sites* de redes sociais (SRS) como o Facebook são um sucesso de público e um terreno para as mais diversas formas de interação e sociabilidade *online*. Segundo Lemos (2010), a apropriação social da tecnologia possibilitou o surgimento de uma nova manifestação cultural: a cibercultura.

Nessa perspectiva, pode-se observar também o surgimento de outros fenômenos como a formação de comunidades virtuais pelos usuários da rede mundial de computadores e a emergência de redes sociais no ciberespaço. Além de reunirem pessoas (ou suas representações) em torno de atividades e interesses comuns, esses agrupamentos favorecem o estabelecimento de interações com as mais diversas finalidades. Uma das principais características das comunidades virtuais são as trocas de informação entre seus membros. No interior de suas fronteiras simbólicas, os fluxos de informação são constantes e muitas vezes superam ou equiparam-se ao que ocorre nas interações presenciais.

Nesse sentido, cabe à Ciência da Informação, enquanto disciplina com viés tecnológico e social, ocupar-se do estudo das comunidades virtuais a fim de acompanhar a dinâmica de seus fluxos informacionais e compreender o comportamento informacional de seus membros. Para verificar como os comportamentos de busca, uso e compartilhamento da informação se manifestam nas comunidades virtuais, foi selecionada como campo de estudo a comunidade virtual SEER: OJS in Brazil, um grupo de interesses do Facebook formado por bibliotecários, editores de periódicos científicos, pesquisadores e outros profissionais interessados no intercâmbio de informações relativas ao Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER).

## 1.1 JUSTIFICATIVA

A escolha do tema de pesquisa foi motivada por fatores de ordem pessoal e teórica. Entre os fatores teóricos, pode-se mencionar a relativa atualidade do tema e a carência de trabalhos na área da Ciência da Informação no Brasil sobre o assunto. Em buscas realizadas na Base de Dados Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), foram identificados poucos trabalhos que abordam o comportamento informacional em comunidades virtuais na perspectiva proposta por este estudo. Além do número reduzido de estudos, observa-se que poucos pesquisadores brasileiros tiveram interesse pelo tópico até o momento.

Outra motivação importante para a realização da pesquisa foi a possibilidade de aplicação de um método novo e ainda pouco utilizado na área da Ciência da Informação: a netnografia. Os resultados de uma busca realizada na BRAPCI em maio de 2015 revelaram que apenas quatro trabalhos indicaram o uso da netnografia como método de pesquisa, o que sugere que a Ciência da Informação está se apropriando aos poucos da abordagem netnográfica, mas ainda muito lentamente. Dessa forma, o presente estudo pretende contribuir para dar visibilidade ao método netnográfico e avaliar sua eficácia nos estudos sobre o comportamento informacional em comunidades virtuais.

Entre os fatores pessoais para a escolha do tema estão: a curiosidade em compreender como os usuários da Internet utilizam os recursos disponíveis para o compartilhamento da informação e a satisfação de suas necessidades informacionais; a oportunidade de estudar dois assuntos de interesse – o comportamento informacional e a cibercultura – e, por fim, a possibilidade de aproximação do campo da Ciência da Informação, uma das áreas de interesse do autor para os estudos de pós-graduação.

## 1.2 OBJETIVOS

O objetivo geral da pesquisa foi mapear os comportamentos de busca, uso e compartilhamento de informação na comunidade virtual SEER: OJS in Brazil e, assim, obter uma visão abrangente do comportamento informacional dos usuários da Internet que participam de comunidades virtuais.

Para alcançar o objetivo geral, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- a) identificar os padrões de busca, uso e compartilhamento de informação na comunidade virtual estudada;
- b) categorizar os tipos de informação buscados, usados e compartilhados pelos participantes;
- c) analisar as motivações dos membros da comunidade para a realização da busca, uso e compartilhamento da informação;
- d) identificar os papéis desempenhados pelos participantes em relação aos fluxos de informação da comunidade.



### 1.3 CONTEXTUALIZAÇÃO DO CAMPO

A delimitação do campo é uma das decisões mais importantes em pesquisas netnográficas, influenciando diretamente nos resultados obtidos. Conforme será exposto na seção 3, diferentes critérios podem ser empregados para a identificação e escolha de comunidades virtuais mais apropriadas a um estudo netnográfico. Nas seções seguintes, serão apresentadas algumas considerações sobre o *site* de redes sociais que dá suporte à comunidade virtual objeto de estudo, o grupo de interesses SEER: OJS in Brazil e o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas.

#### 1.3.1 O Facebook

Antes de apresentar a comunidade virtual escolhida como campo de estudo, é importante tecer alguns comentários em relação ao aplicativo que lhe dá suporte. Segundo informações da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, o Facebook está em primeiro lugar entre os *sites* de redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas mais utilizados pelos brasileiros, com 83% de adesão, ficando a frente do WhatsApp com 58% e do YouTube com 17% (BRASIL, 2014). Em dezembro de 2014 o *site* registrou aproximadamente 1,39 bilhões de usuários ativos mensais, o que representa um aumento de 13% em relação ao ano anterior (FACEBOOK, 2015a). Uma tendência observada é o aumento no número de usuários que acessam a plataforma por meio de dispositivos móveis. De acordo com informações do relatório trimestral da empresa, em dezembro de 2014 houve um crescimento de 34% de usuários ativos diários em relação ao ano anterior, totalizando 745 milhões de usuários em dispositivos móveis (FACEBOOK, 2015a). Os números acima atestam a popularidade do aplicativo tanto em âmbito nacional como mundial.

O aplicativo foi criado em 2004 pelos então estudantes da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes. No início, o objetivo era reunir apenas estudantes de Harvard, mas o sistema foi aberto posteriormente para estudantes de outras universidades e em 2006 passou a aceitar qualquer indivíduo maior de 13 anos (REBS; ZAGO, 2011). Além de favorecer a formação e a explicitação de redes sociais, o Facebook oferece outros recursos para a interação e o compartilhamento de informações entre os usuários. Por meio da plataforma, é possível publicar textos, fotos e vídeos;

compartilhar *links* de outros *sites* da *Web*; criar páginas sobre os mais diversos assuntos; utilizar os aplicativos de jogos disponíveis; criar páginas para a divulgação de eventos; conversar com amigos através da ferramenta de bate-papo; criar grupos de interesses; entre outras possibilidades.

Apontados como um dos recursos populares do sistema, os grupos do Facebook são espaços onde pequenos grupos de pessoas podem comunicar-se sobre interesses em comum (FACEBOOK, 2015b). De acordo com Xia (2009), esta ferramenta foi acrescentada meses após o Facebook ter sido criado para facilitar o compartilhamento de tópicos de interesse entre os usuários. Alguns recursos oferecidos são a participação em bate-papo com os membros, o carregamento de fotos ou vídeos, a criação de eventos dentro do grupo e a publicação de documentos (FACEBOOK, 2015d). Existem três opções de privacidade nos grupos: público, fechado e secreto. Nos grupos públicos, qualquer pessoa pode participar e ser adicionada ou convidada por um membro. Nos grupos fechados, qualquer pessoa pode solicitar a participação e ser adicionada ou convidada por um membro do grupo. Nos grupos secretos, qualquer pessoa pode participar desde que seja adicionada ou convidada pelos membros (FACEBOOK, 2015c). A configuração dos grupos permite que os participantes tenham um espaço reservado em sua rede para interagir e promover discussões sobre assuntos de interesse.

### **1.3.2 O grupo SEER: OJS in Brazil**

O grupo SEER: OJS in Brazil é um grupo fechado, criado em 3 de março de 2011 por Miguel Ángel Márdero Arellano, Doutor em Ciências da Informação pela Universidade de Brasília e pesquisador do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT). Em sua página no Facebook, o grupo é descrito como

[...] um espaço para pessoas que gostam de compartilhar experiências e novidades sobre o OJS (SEER no Brazil) na América Latina. Não é a comunidade oficial do SEER no Facebook e não fazemos propaganda de nenhum serviço ou produto com fins comerciais. Sejam todos bem-vindos! (FACEBOOK, 2015e, documento eletrônico não paginado).

A descrição do grupo apresenta alguns elementos que caracterizam uma comunidade virtual, tais como a reunião de pessoas em torno de um assunto ou

interesse comum – o SEER – e a possibilidade de compartilhamento de experiências e novidades (informação) entre seus membros. Além disso, os membros do grupo utilizam o espaço oferecido pelo Facebook para interagir e se constituir enquanto comunidade.

Embora não seja intenção do estudo analisar o perfil dos membros do grupo, é possível depreender em função do tópico de interesse que os integrantes são pessoas que conhecem ou tiveram contato com o SEER em algum momento. Uma análise superficial das informações disponibilizadas no perfil de alguns deles revela que boa parte dos membros tem alguma ligação com as áreas de Biblioteconomia e Ciência da Informação. Alguns são professores universitários, enquanto outros são estudantes ou profissionais da informação. Em janeiro de 2015, no início do estudo, o grupo contava com 471 membros e ao término do trabalho de campo, em abril de 2015, com 499 membros, o que sugere um crescimento significativo durante a realização da pesquisa.

Para uma melhor compreensão do perfil e das dinâmicas do grupo, é necessário apresentar algumas considerações sobre o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER). O SEER é uma versão traduzida e customizada pelo IBICT do Open Journal Systems (OJS), um *software* desenvolvido pela University of British Columbia, no Canadá, para a gestão e a publicação de revistas científicas eletrônicas. De acordo com Márdero Arellano, Ferreira e Caregnato (2005, p. 220), o sistema tem por objetivo “[...] prestar assistência aos editores científicos, desde a submissão e avaliação pelos consultores até a publicação *online* e indexação.”. Por meio das ferramentas disponibilizadas, o sistema centraliza todo o fluxo editorial de uma revista científica eletrônica, tornando-se uma opção viável para editores científicos tanto do ponto de vista econômico como em relação ao tempo despendido em todo processo de editoração.

O grupo SEER: OJS in Brazil se configura, dessa forma, como uma comunidade virtual que reúne pessoas interessadas em discutir assuntos relativos ao SEER/OJS, bem como tópicos relacionados.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

As comunidades virtuais são agrupamentos sociais que utilizam as ferramentas de comunicação mediada pelo computador disponíveis na *Web* para interagir em torno de tópicos ou interesses comuns, gerando fluxos de informação no ciberespaço. Alguns estudiosos consideram as comunidades virtuais como redes sociais menores inseridas em uma rede social mais ampla. Para um melhor entendimento dos diferentes elementos imbricados na formação das comunidades virtuais e suas dinâmicas, serão aprofundados nas seções seguintes temas como a constituição do ciberespaço, a evolução da *Web*, a noção de rede e suas diferentes aplicações, as comunidades virtuais, bem como o conceito de comportamento informacional e seus desdobramentos.

### 2.1 CIBERESPAÇO

A palavra ciberespaço foi criada pelo escritor norte-americano William Gibson em seu romance de ficção científica *Neuromancer* (*Neuromancer*, em inglês), publicado em 1984 (LÉVY, 2000). Segundo Lemos (2010), a palavra foi utilizada por Gibson para representar um espaço não físico ou territorial, formado por redes de computadores nas quais circulam informações de diferentes tipos. Dessa forma, o ciberespaço apresentado por Gibson assemelha-se ao espaço virtual de navegação, interação e compartilhamento de informações que emergiu através da rede mundial de computadores.

O desenvolvimento do que hoje se conhece por ciberespaço deu-se de forma gradual a partir dos anos 70 com a utilização dos computadores pelo setor industrial e terciário e, mais tarde, pela população dos países desenvolvidos. No início, estes equipamentos eram reservados apenas aos serviços de processamento de dados das grandes empresas e programadores profissionais. Porém, um movimento social surgido na Califórnia no auge da contracultura<sup>1</sup> possibilitou a invenção do computador pessoal, tornando-o instrumento de criação, organização, simulação e

---

<sup>1</sup> Segundo Sá (2002), o desenvolvimento da Internet remonta ao final dos anos 1960 e foi impulsionado pelas estratégias militares de defesa e pela contracultura computacional utópica e libertária surgida na Califórnia, no Vale do Silício, e formada por jovens interessados na tecnologia da comunicação e envolvidos em um processo de inovação constante, que divulgavam gratuitamente suas descobertas, impulsionando o desenvolvimento do computador pessoal como uma ferramenta amigável e passível de ser utilizada por não especialistas.

diversão de uma parcela crescente da população (LÉVY, 2000). Grosso modo, este fato representou um importante impulso na popularização dos computadores pessoais, o que trouxe significativas mudanças culturais e sociais.

A constituição do ciberespaço também foi influenciada por outro movimento social e cultural, iniciado no final dos anos 80 e início dos anos 90 por jovens profissionais dos grandes centros urbanos e universidades norte-americanas. Naquele momento, houve um entrelaçamento espontâneo das redes de computadores formadas desde os anos 70 e um aumento exponencial de pessoas e computadores interconectados (LÉVY, 2000). De acordo com Pierre Lévy (2000, p. 32), “As tecnologias digitais surgiram, então, como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento.”.

Dessa forma, pode-se depreender que a construção do ciberespaço foi possível graças à popularização dos computadores e ao surgimento da Internet, que conectou máquinas e pessoas ao redor do mundo. No entanto, ele só se torna efetivo quando o elemento humano manipula informações, realiza transações de naturezas diversas e se comunica com seus pares, isto é, experiencia o ciberespaço. Nas palavras de Lévy (2000, p. 17), “O termo especifica não apenas a infraestrutura material em comunicação digital, mas o universo oceânico de informações que ele abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo.” O ciberespaço seria então um universo informacional, construído a partir de uma base tecnológica, que possibilita aos seus navegadores compartilhar, buscar e apropriar-se de informações de todos os tipos.

Corroborando com esta afirmação, Santaella (2004, p. 45) afirma que o ciberespaço é considerado em seu texto “[...] como todo e qualquer espaço informacional multidimensional que, dependente da interação do usuário, permite a este o acesso, a manipulação, a transformação e o intercâmbio de seus fluxos codificados de informação.” Nesse sentido, o ciberespaço incluiria também os usuários dos dispositivos móveis, na medida em que os equipamentos permitem o estabelecimento de conexões e a troca de informação (SANTAELLA, 2004).

Além da facilidade de acesso, manipulação e transformação da informação, uma das características mais importantes do ciberespaço é a possibilidade de interação entre os seus usuários. Por meio de determinadas ferramentas, eles podem comunicar-se de forma síncrona (em tempo real) ou assíncrona (de acordo

com a disponibilidade do indivíduo). Alguns exemplos de ferramentas de comunicação são as salas de bate-papo (comunicação síncrona) e as listas de discussão (comunicação assíncrona). A apropriação destas ferramentas tem sido determinante no estabelecimento de relações sociais diversas.

De acordo com Ribeiro (2001, p. 138-139), “Um exemplo bastante visível dessas novas configurações é a formação de vínculos sociais nas comunidades virtuais a partir do ponto inicial do grau de afinidades e interesses comuns, sem que os participantes tenham qualquer contato visual ou físico anterior.”. Pode-se afirmar então que a questão da afinidade entre os membros das comunidades virtuais desencadeia uma série de processos comunicativos e informativos, que se expandem para além das fronteiras (tênuas) do ciberespaço. Dessa forma, informação e comunicação são duas palavras importantes para compreender o significado e a amplitude deste termo.

## 2.2 A EVOLUÇÃO DA WEB

A *Web* é um dos elementos que constitui e dá forma ao ciberespaço. Ao estudar a história da Internet e da *Web* constata-se que ambas as iniciativas foram pensadas com o mesmo propósito: o de facilitar o fluxo de informações entre pesquisadores ao redor mundo. Nesse sentido, pode-se considerar que a *Web* é o ponto alto de uma série de desenvolvimentos tecnológicos que a precederam, tais como o surgimento dos computadores de tempo compartilhado na década de 60, o surgimento das redes de computadores no final dos anos 60 e início dos anos 70 (em especial a Arpanet, considerada ‘avó’ da Internet) e a criação do computador pessoal nos anos 80. Outro avanço importante na concretização destas duas tecnologias foi o desenvolvimento das telecomunicações, que permitiu a transmissão de dados e informações por meio de fibras óticas, cabos coaxiais ou satélites (DERTOUZOS, 1997).

A rede mundial de computadores funciona então como a infraestrutura que dá suporte à *Web*. Segundo Dertouzoz (1997, p. 67), “[...] a Internet só se tornou um fenômeno cultural amplo com a chegada da *Web* e de *browsers* como Mosaic e Netscape.”. Em relação à *Web*, o autor afirma que para o usuário o mais importante é a facilidade de uso e de inserção de informações (DERTOUZOS, 1997). Desta maneira, apesar de a Internet cumprir seu papel possibilitando a troca de

informações entre pessoas e computadores distantes, inicialmente ela funcionava apenas como uma infraestrutura tecnológica para a transferência de informações, que foi complementada com a invenção da *Web*.

A *World Wide Web* (ou simplesmente *Web*) foi criada por Tim Berners-Lee em 1989, no CERN, o Laboratório Europeu de Física de Partículas, localizado em Genebra, na Suíça (WORLD WIDE WEB FOUNDATION, c2014). Naquele momento, a principal preocupação de seu inventor foi oferecer uma maneira fácil de organizar e trocar informações entre pesquisadores de lugares distantes sobre pesquisas em andamento (REZENDE, 2000). Passados vinte e cinco anos da criação da *Web*, observa-se que o objetivo de facilitar a transferência de informações tem sido bem-sucedido, enquanto o aspecto da organização da informação ainda é uma problemática a ser discutida e que evolui gradativamente ao longo dos anos, acompanhando o desenvolvimento da própria *Web*.

Rezende (2000) relata que a intenção inicial de Berners-Lee era possibilitar o compartilhamento de documentos localizados em computadores diferentes através da Internet. A ligação entre os documentos ocorreria através de *links* ou botões que, acionados pelo *mouse*, remeteriam a outros documentos formando uma grande teia. De acordo com Dertouzos (1997, p. 68) “Quando Tim Berners-Lee inventou a *Web*, ele a via como um ‘cérebro’ super-humano, formado por vínculos entre os conhecimentos de muitos indivíduos do mundo inteiro.” A analogia com o funcionamento do cérebro é muito pertinente, na medida em que a *Web* permite a transmissão de diferentes tipos de informação de forma similar ao que ocorre nas sinapses cerebrais.

Para Barabási (2009), a *Web* é uma rede virtual cujos nós são representados por páginas de notícias, filmes, fofocas, mapas, quadros, receitas, biografias e livros. Em termos técnicos, Dertouzos (1997) afirma que a *Web* é resultado da combinação de dois elementos: um sistema de endereçamento, capaz de localizar arquivos de texto, áudio, imagem ou vídeo em qualquer ponto da Internet, e uma linguagem simples para reunir estas informações em *home pages*. O protocolo que permite a recuperação de documentos via *links* de hipertexto foi denominado *HyperText Transfer Protocol* (HTTP), enquanto a linguagem suportada por este sistema recebeu o nome de *HyperText Markup Language* (HTML) ou linguagem de marcação hipertextual (REZENDE, 2000).

Na elaboração de seu sistema, Berners-Lee (1989-1990) também levou em consideração alguns requisitos básicos. Entre eles estão: a capacidade de acomodação de uma rede de sistemas heterogêneos; a ausência de controle central ou coordenação na conexão de outros sistemas; o acesso às bases de dados existentes; a permissão para a adição de *links* particulares de e para informações públicas e a baixa utilização de gráficos, imagens etc. Todos estes requisitos foram fundamentais para que a *Web* se tornasse a plataforma democrática que é hoje, na qual sistemas diferentes podem conectar-se e usuários podem adicionar seus próprios conteúdos sem qualquer tipo de controle. Nesse sentido, Rezende (2000, p. 10) afirma que

Os requerimentos impostos por Berners-Lee refletem o espírito central da Internet e da *Web*, no que se refere à descentralização, a liberdade de adesão e de expressão dos usuários, e a valorização da troca de informações como o objetivo principal a ser sempre respeitado, em qualquer situação.

Contudo, a falta de controle sobre as informações que são compartilhadas na *Web* e de uma estrutura que viabilize a organização destas informações acaba gerando uma desordem informacional e causando incômodo para o usuário que navega pelo ciberespaço em busca de informações. Para solucionar este problema e se chegar a um Mercado de Informação<sup>2</sup> funcional, Dertouzos (1997, p. 69) sugere que “[...] esse caos precisa dar lugar a páginas amarelas, guias e *software* que não sirvam apenas para juntar palavras, mas que consigam apresentar uma caixinha de jóias preciosas forrada de veludo – respostas que realmente respondam suas perguntas com precisão.”.

Da mesma forma, Santos e Alves (2009) afirmam que o crescimento exponencial dos recursos informacionais disponibilizados na *Web* tem dificultado a busca, a localização, a recuperação e o acesso à informação. Segundo as autoras, para solucionar o problema, “[...] foram sendo desenvolvidas novas ferramentas tecnológicas e com elas novas metodologias e novas denominações para o ambiente *Web*, tais como: Web Semântica, Web 2.0, Web. 3.0.” (SANTOS; ALVES, 2009, documento eletrônico não paginado). Estas denominações não se referem a

---

<sup>2</sup> Mercado de Informação é um conceito similar ao de ciberespaço, definido por Dertouzos (1997, p. 31) como “[...] a reunião de pessoas, computadores, meios de comunicação, *software* e serviços que serão engajados nas transações de informações interpessoais e interinstitucionais do futuro.”.



novas formas de *Web*, mas sim a diferentes dimensões da mesma plataforma, que coexistem no ambiente virtual.

A divisão da *Web* segundo suas etapas de evolução é muito útil para fins de estudo, porém sabe-se que estas etapas ou fases continuam coexistindo e se sobrepõem. Dessa forma, não é possível determinar com absoluta precisão em que momento uma determinada fase começa ou termina (exceto a primeira, iniciada com a criação da *Web*), pois estas mudanças vão acontecendo lentamente e de forma quase imperceptível ao usuário. De qualquer maneira, a separação por fases ajuda a compreender quais as principais mudanças ou tendências que acompanharam o progresso da *Web*.

A primeira fase da *Web* foi denominada Web 1.0 e se estendeu de 1989 ao final da década de 1990. De acordo com Aghaei, Nematbakhsh e Farsani (2012), a Web 1.0 era apenas uma *web* de leitura. As empresas criavam *sites* para apresentar seus produtos e utilizá-los como canais de comunicação. Estas empresas tinham por objetivo publicar informações para qualquer pessoa e marcar sua presença *online*. Percebe-se que naquele momento o usuário da *Web* tinha um papel passivo em relação à informação, pois lhe era permitido apenas ler o que estava sendo publicado por meio da plataforma. Embora já existissem páginas pessoais naquele momento, a sua criação não era algo simples e exigia o auxílio de profissionais especializados.

Para Tim O'Reilly (2005), a queda do índice Nasdaq em 2000 marca o início da transição da Web 1.0 para Web 2.0. Segundo Primo (2007, p. 2), "A Web 2.0 é a segunda geração de serviços *online* e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo.". A Web 2.0 também é marcada por uma forte apropriação social, possível graças ao surgimento de ferramentas de fácil manipulação pelos próprios usuários. Desta forma, a segunda dimensão da *Web* trouxe mais autonomia ao usuário, que pôde utilizar os recursos disponíveis sem a necessidade de conhecimentos especializados.

Galeana de La O (2010) aponta as seguintes características da Web 2.0: ser um ambiente de trabalho, desenvolver a inteligência coletiva da sociedade, possuir um design leve e de fácil navegação, possibilitar a manipulação de bases de dados pelos usuários, ser acessível por meio de diferentes dispositivos e caracterizar-se como um ecossistema aberto com infinitas redes e comunidades. Todos os fatores

mencionados acima fazem da Web 2.0 um ambiente de constante interação social, onde os usuários podem se comunicar com seus pares, construir relacionamentos com outros usuários, buscar informações necessárias ao desempenho de suas atividades e, sobretudo, compartilhar ideias, opiniões e informação.

O surgimento da Web 3.0 é resultado da preocupação com os problemas de busca da recuperação da informação que acompanham a *Web* desde a sua criação. O termo é utilizado para designar uma nova fase desta plataforma destinada a adicionar significado aos recursos informacionais disponibilizados e que utiliza técnicas da inteligência artificial para realizar o entendimento semântico das informações (BRAVO, 2007). Alguns autores afirmam que a Web 3.0 e a Web Semântica são a mesma coisa (AGHAEI; NEMATBAKHSH; FARSANI, 2012), enquanto outros a consideram como uma etapa intermediária entre a Web 2.0 e a Web 3.0, isto é, “[...] uma extensão da Web que dará estruturação aos dados e suporte tecnológico para a aplicação de outras ferramentas e criação de novos ambientes informacionais propostos na Web 3.0.” (SANTOS; ALVES, 2009, documento eletrônico não paginado).

Sobre a Web 4.0, Aghaei, Nematbakhsh e Farsani (2012) afirmam que ainda não existe uma definição exata para o termo. O que se sabe através destes autores é que a Web 4.0 é conhecida também como a web simbiótica e que o sonho por trás deste projeto é possibilitar a interação entre humanos e máquinas em simbiose. Se a tecnologia será capaz de concretizar este objetivo só o tempo responderá. O que se pode afirmar no presente é que o desenvolvimento da *Web* e as possibilidades por ela oferecidas ampliaram seu uso pela sociedade e estão transformando a forma como os usuários se relacionam entre si no ciberespaço e a sua maneira de buscar, utilizar e compartilhar a informação.

### 2.3 DA METÁFORA DAS REDES AOS *SITES* DE REDES SOCIAIS

A noção de rede tem sido usada ao longo do tempo para descrever e explicar diferentes fenômenos biológicos, econômicos, sociais e tecnológicos. Com o advento das tecnologias da informação e da comunicação, em especial a Internet e a *Web*, as redes tornaram-se objeto de atenção e passaram a fazer parte dos debates acadêmicos e sociais. De acordo com Aguiar (2006), as teorias das redes são desenvolvidas com base em metáforas, usadas para representar relações entre

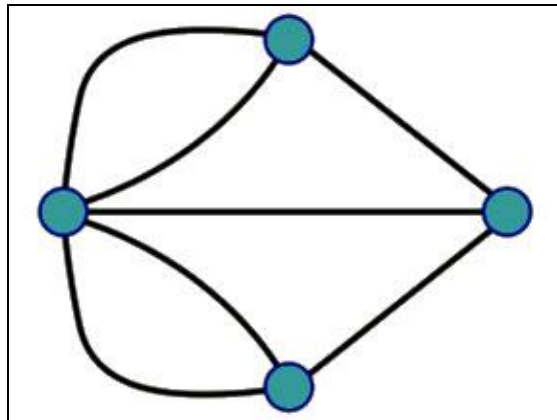
elementos humanos e não humanos, que servem como modelos para organização e/ou análise de redes. As metáforas também são úteis para tornar mais concretos aqueles fenômenos que, por sua natureza, são abstratos ou de difícil apreensão. Em seu estudo, Aguiar (2006) apresenta alguns modelos de redes que se diferenciam na forma como as informações fluem pelos nós, no nível de complexidade das interações estabelecidas e na dinâmica da rede ao longo do tempo. Esses modelos são expostos a seguir:

- a) **árvore**: na metáfora da árvore, a informação é disseminada da “raiz” para os “ramos”. O modelo é usado pelas redes de rádio e teledifusão, nas quais a produção é centralizada e distribuída para emissoras que reproduzem a programação;
- b) **malha ou trama**: representação na qual os nós são ligados simetricamente, as relações de comunicação são equidistantes e os fluxos de informação são regulares. Neste modelo, as mensagens são transmitidas de nó em nó por “contágio”, como ocorre na propaganda boca a boca;
- c) **teia**: modelo no qual existe um nó central que distribui mensagens para os demais nós da rede, embora a comunicação entre os nós seja horizontal e não hierárquica. Usado por redes organizacionais e interorganizacionais e pelas listas de discussão;
- d) **rizoma**: na metáfora do rizoma, os fluxos de informação partem de vários locais simultaneamente, as pessoas podem enviar mensagens a quem desejarem, os papéis de emissor e receptor são alternados e não há um centro emissor de informações. Trata-se de uma metáfora apropriada para representar as relações interpessoais estabelecidas no cotidiano e na Internet.

A base do conhecimento sobre as redes provém da teoria dos grafos, uma área da matemática (FERREIRA, 2011). Segundo Barabási (2009), a teoria dos grafos surgiu a partir de uma demonstração realizada pelo matemático suíço Leonhard Euler em 1736. O objetivo de sua demonstração era solucionar um problema que intrigava os habitantes da cidade de Königsberg, localizada próximo a sua residência em São Petesburgo, na Rússia. Situada às margens do rio Pregel,

Königsberg possuía sete pontes que ligavam a ilha Kneiphof a outras regiões da cidade. A população local tentava descobrir, em seus momentos de lazer, se era possível atravessar as sete pontes sem passar duas vezes pela mesma ponte. Em seu experimento, Euler descobriu que essa possibilidade não existia e para chegar ao resultado representou as pontes de Königsberg como um grafo, isto é, um conjunto de nós conectados por *links*, conforme pode ser visto na Figura 1.

Figura 1 – Grafo de Leonhard Euler



Fonte: (ENTENDA..., 2011).

Legenda: As faixas de terra são representadas pelos círculos (nós) e as pontes pelas linhas (*links*).

Um grafo é uma representação de uma rede, formada por nós conectados por arestas, que pode ser usada como metáfora para diversos sistemas (RECUERO, 2010). Um dos fenômenos estudados sob essa perspectiva são as redes sociais. Para Ferreira (2011), o termo rede social designa uma estrutura social formada por pessoas, empresas ou instituições (denominados atores) conectadas por um ou vários tipos de relações, que podem ser de amizade, familiares, comerciais, sexuais ou outras. Por meio destas relações, os indivíduos desencadeiam movimentos e fluxos sociais, compartilhando crenças, informação, poder, conhecimento, prestígio etc. Na abordagem das redes sociais, os atores correspondem aos nós, enquanto as relações estabelecidas entre eles são indicadas por arestas ou *links*. Além de possibilitar o estudo dos aspectos estruturais (atores e suas relações ou conexões), a abordagem é útil para analisar os recursos materiais, informacionais ou simbólicos que são transmitidos pelas redes sociais.

Um dos aspectos que pode ser explorado nos estudos sobre redes sociais são os papéis desempenhados pelos atores nos fluxos de informação (AGUIAR, 2006). De acordo com Aguiar (2006), os atores podem exercer os seguintes papéis nas redes sociais:

- a) **nós focais**: recebem o maior fluxo de mensagens e podem ser representados pelas figuras do moderador, coordenador ou animador da rede. Uma palavra comumente utilizada para denominar esses indivíduos que estão no centro dos fluxos de informação é *gatekeeper*, que significa guardião ou porteiro (MEADOWS, 1999);
- b) **isolados**: são aqueles indivíduos que esporadicamente se manifestam na rede, mas acompanham os fluxos de informação e as discussões. Segundo Meadows (1999), os isolados são pessoas que raramente ou nunca são procuradas para dar informação. O autor afirma, ainda, que os *gatekeepers* e os isolados são minoria no contexto dos grupos de pesquisa e das organizações;
- c) **nós ativos**: são os participantes que alimentam a rede em matéria de informação. Frequentemente, parte deles a iniciativa de compartilhar conteúdos com os demais atores;
- d) **líderes de opinião**: são participantes com maior influência sobre determinados indivíduos, grupos ou a totalidade da rede;
- e) **especialistas**: possuem conhecimentos ou experiências fundamentais para a manutenção da dinâmica e dos propósitos da rede;
- f) **pontes**: são os elos entre dois ou mais grupos ou os responsáveis pelo intercâmbio de informação entre duas ou mais redes.

Segundo Ferreira (2011), a ideia de rede social surgiu no campo da Sociologia no início do século XX, porém o termo *social networks* foi cunhado apenas em 1954 por John Barnes. No âmbito acadêmico internacional, Aguiar (2006) identifica quatro fases fundamentais nos estudos sobre redes sociais. A primeira compreende trabalhos produzidos entre 1930 e 1970 no âmbito da Antropologia, Sociologia e Psicologia Social. Os estudos consistiam em análises sociométricas de organizações sociais, na identificação padrões de vínculos interpessoais em determinados contextos sociais e na investigação sobre a estrutura

de relações comunitárias em tribos e aldeias. A segunda fase diz respeito ao desenvolvimento da análise de redes sociais (*social network analysis*) como uma especialidade de pesquisa nas Ciências Sociais entre os anos de 1970 e 1990. Já a terceira fase tem início em meados dos anos 1980 com o surgimento de pesquisas multidisciplinares impulsionadas pela complexidade da vida urbana e pela comunicação mediada pelo computador. Por fim, na quarta fase (atual) a análise de redes sociais torna-se mais sofisticada com o uso de técnicas e ferramentas computacionais mais acessíveis.

As redes sociais estão presentes na vida de todas as pessoas. Algumas são mais formais ou institucionalizadas, enquanto outras são predominantemente informais. Muitas vezes é difícil ter uma ideia exata da extensão de uma rede social em função de seu caráter intangível. Porém, o uso das tecnologias da informação e da comunicação propiciou a manifestação das redes sociais no ciberespaço e atualmente é possível obter uma aproximação do tamanho das redes sociais de um indivíduo por meio de determinadas ferramentas. No contexto virtual, as redes sociais são denominadas de redes sociais *online* (CIRIBELI; PAIVA, 2011), redes sociais virtuais (ALARCÓN; LORENZO, 2012; CRUZ, 2010) ou, ainda, redes sociais na Internet (RECUERO, 2010). Independentemente dos termos empregados, o que se observa é que a apropriação social das tecnologias da informação e da comunicação tornou possível a formação, a ampliação e a consolidação das redes sociais tanto *in real life* (IRL) como no ciberespaço.

As ferramentas que permitem a expressão das redes sociais na Internet são os chamados *sites* de redes sociais (RECUERO, 2010). Ciribeli e Paiva (2011) utilizam como sinônimo o termo *mídia social* para designar o meio que dá suporte às redes sociais na Internet. Alguns elementos encontrados nos diferentes *sites* de redes sociais são a construção de perfis com características identitárias (representando os atores) e a apresentação de conexões ou *links* entre esses perfis (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). Além disso, “Essas mídias dispõem de ferramentas que facilitam a comunicação entre os usuários, inteirando-os do conteúdo gerado por eles mesmos, com postagem de mensagens instantâneas e textos, compartilhamento de vídeos, áudios e imagens.” (CIRIBELI; PAIVA, 2011, p. 59). Fica claro, portanto, que subjacente à estrutura dos sistemas utilizados para a formação de redes sociais no ciberespaço existe uma rede de pessoas

interconectadas que usam as ferramentas disponíveis para comunicar-se, gerando fluxos de informação nesses ambientes.

Recuero (2010) esclarece que os *sites* de redes sociais funcionam apenas como a base para as interações que constituirão as redes sociais dos atores, mas não são as redes sociais propriamente ditas. A autora classifica esses sistemas em *sites* de redes sociais estruturados ou propriamente ditos e apropriados. Os primeiros são ferramentas criadas para a exibição e a construção de redes sociais. Destacam-se nesta categoria alguns *sites* de relacionamento que ganharam notoriedade nos últimos anos no Brasil, como o Orkut (desativado em 2014), o MySpace, o LinkedIn e o Facebook. Alarcón e Lorenzo (2012), por sua vez, propõem uma classificação baseada nas finalidades desses sistemas. As autoras classificam os *sites* de redes sociais estruturados em generalistas, profissionais ou especializados. Os primeiros são usados de uma maneira geral para o compartilhamento de fotos, músicas, vídeos, diários pessoais e opiniões sobre os mais variados temas (ALARCÓN; LORENZO, 2012). Os *sites* de redes sociais profissionais são empregados por indivíduos e empresas para o estabelecimento de contatos profissionais e os especializados têm foco assuntos específicos.

Existem, no entanto, outros sistemas que não foram criados para a construção de redes sociais, mas que por suas funcionalidades são usados com esta finalidade. São os *sites* de redes sociais apropriados (RECUERO, 2010). Alguns aplicativos mais populares na categoria são o Twitter e do Instagram. O primeiro é um serviço de *microblogging* que permite a publicação de textos com até 140 caracteres (RECUERO, 2010). Já o segundo é um aplicativo para a publicação de fotos e vídeos, nos quais usuários cadastrados podem fazer comentários. Outras ferramentas utilizadas para a formação de redes sociais *online* são os tradicionais blogs, fotologs e vlogs (blogs de vídeos). Embora não tenham sido desenvolvidos com o mesmo propósito dos *sites* de redes sociais propriamente ditos, qual seja o de permitir a construção de relações sociais, atualmente essas ferramentas são reconhecidas como tal. Desse modo, pode-se depreender que qualquer ferramenta que possibilite a interação entre indivíduos no ciberespaço tem o potencial de fazer emergir redes sociais *online*.

Os *sites* de redes sociais também são espaços propícios à formação de comunidades virtuais. Segundo Cruz (2010, p. 266), “Nas redes formadas pelos *sites* de redes sociais podem ocorrer aglomerações dos atores em grupos menores do

que o total da rede. Tais aglomerações são compreendidas como comunidades virtuais.”. Na abordagem das redes sociais esse fenômeno é chamado de clusterização (RECUERO, 2010). Em geral, as comunidades virtuais são formadas por indivíduos com características ou interesses em comum que se valem das ferramentas oferecidas pelos *sites* de redes sociais – os grupos de interesses – para os mais diversos propósitos. Nesses espaços, os membros das comunidades virtuais podem interagir com os pares, promover discussões, obter apoio emocional, fornecer e solicitar informações, entre outras possibilidades. Na seção seguinte, as comunidades virtuais serão abordadas em seus diferentes aspectos.

## 2.4 COMUNIDADES VIRTUAIS

A formação de comunidades virtuais não é um fenômeno recente. Segundo Dertouzos (1997), versões rudimentares do que o autor chama de bairros virtuais surgiram com os computadores de tempo compartilhado e persistiram durante as transições para a Arpanet e, em seguida, para a Internet. O autor aponta as salas de bate-papo e os grupos de discussão como as primeiras e mais populares ferramentas utilizadas no tempo dos computadores compartilhados e das redes pioneiras. De acordo com Castells (2002), os sistemas de quadros de avisos (*Bulletin Board Systems* ou BBS), criados após o advento dos computadores pessoais e da comunicação por redes de computadores, tornaram-se fóruns eletrônicos de interesses e afinidades, configurando-se o que Rheingold denominou de comunidades virtuais.

Rheingold é citado por vários autores como um dos primeiros estudiosos a investigar e utilizar o termo comunidade virtual (CASTELLS, 2002; KOZINETS, 2014; RECUERO, 2010). Em sua obra *The Virtual Community* o autor define comunidades virtuais como “[...] agregações sociais que emergem da rede quando pessoas suficientes promovem discussões públicas por tempo suficiente, com suficiente sentimento humano, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço.” (RHEINGOLD, 1998, tradução nossa). Na definição proposta, pode-se observar a presença de alguns elementos que caracterizam as comunidades virtuais e são úteis para identificá-las. O autor também aponta o ciberespaço como o contexto onde se desenvolvem essas comunidades.



Kozinets (2014) considera adequado utilizar o termo comunidade para designar um grupo de pessoas que compartilham de interação social, laços sociais e um ambiente de interação comum mediado pelo computador (o ciberespaço). O autor apresenta algumas características que podem indicar a presença de uma comunidade virtual, tais como o senso de permanência, o contato regular, o senso de familiaridade entre os membros, o reconhecimento das identidades dos integrantes e o sentimento de pertencimento ao grupo. Na opinião de Tajra (2002), as comunidades virtuais são agrupamentos de pessoas que utilizam o ambiente virtual com interesses comuns, estabelecendo conexões através de interações, colaborações e cooperações e, conseqüentemente, proporcionando oportunidades aos membros. Dessa forma, pode-se constatar que os elementos essenciais para a constituição de uma comunidade virtual são os participantes, o tópico ou assunto de interesse da comunidade, o contexto virtual de comunicação e as interações estabelecidas entre os membros.

De acordo com Tajra (2002), as comunidades virtuais são formadas por componentes físicos, lógicos, humanos e ideológicos. Os componentes físicos correspondem à infraestrutura física que permite o acesso à rede mundial de computadores, tais como o computador, o modem, a linha telefônica, os cabos de conexão, entre outros. Os componentes lógicos são os *softwares* utilizados para a comunicação entre os integrantes das comunidades. Segundo a autora, sem os componentes lógicos não se constrói uma comunidade virtual, pois são eles que definem a sua estrutura. Os componentes humanos são os próprios integrantes das comunidades, que interagem por meio das ferramentas disponíveis e realizam trocas de diversos tipos. Os componentes ideológicos, por fim, são a razão de ser da comunidade, isto é, os objetivos ou interesses comuns que reúnem seus membros.

Kozinets (2014) apresenta alguns exemplos de ferramentas que podem ser utilizadas na formação de culturas e comunidades *online*. Entre elas estão os grupos de correio eletrônico, os fóruns, os blogs ou microblogs, os *sites* colaborativos (wikis), os *sites* de fotografias e vídeos, os podcasts, os blogs de vídeos (vlogs), os *sites* de redes sociais, os mundos virtuais, os grupos de discussão, os quadros de avisos e as salas de bate-papo. Cabe assinalar que algumas dessas ferramentas são características da Web 1.0, enquanto outras marcam a passagem da primeira geração da *Web* para a Web 2.0. Além dessas ferramentas, nos últimos anos houve uma grande adesão de usuários aos aplicativos para dispositivos móveis, que estão

permitindo a comunicação e o acesso ao ciberespaço e às comunidades virtuais em qualquer lugar e a qualquer momento.

As comunidades virtuais também podem ser entendidas como recortes de uma rede social ou como redes sociais menores em uma rede social mais ampla. Dessa forma, podem apresentar o mesmo funcionamento observado nas redes sociais *online*, porém em menor escala. Quando fazem parte de uma determinada rede social, as comunidades virtuais se apresentam em formato de *cluster*, isto é, um conjunto de nós densamente conectados (RECUERO, 2010). Na abordagem das redes sociais, as comunidades virtuais são classificadas em três tipos: comunidades emergentes, comunidades de associação e comunidades híbridas (RECUERO, 2010). As primeiras são mais próximas da definição clássica de Rheingold e compreendem agrupamentos sociais formados no ciberespaço a partir da interação contínua entre os usuários. Segundo Recuero (2010), essas comunidades são formadas e mantidas através da interação e não necessariamente do ambiente utilizado. Dessa forma, as comunidades emergentes podem surgir em diferentes ambientes virtuais, desde que haja interação social entre os usuários. Em função desta característica, torna-se difícil estabelecer os limites desse tipo de comunidade.

As comunidades de associação ou filiação são comunidades que preexistem à interação social mútua (RECUERO, 2010). Em outras palavras, são espaços destinados à formação de grupos ou comunidades, que de certa forma prescindem da interação social para existirem. Segundo Recuero (2010, p. 156), as comunidades de filiação “[...] são formadas pela associação de atores através da interação social reativa (associar-se ao grupo e ser aceito pelo mesmo), que não pressupõe interação direta entre os atores, ou mesmo interação social no sentido de conversação.”. Alguns exemplos de comunidades de associação são os grupos dos *sites* de redes sociais Facebook, LinkedIn e do extinto Orkut. Nesses ambientes, os associados ficam livres para interagir com outros participantes de acordo com a sua vontade, enquanto nas comunidades emergentes a interação social mútua é um pré-requisito para a construção da comunidade.

O terceiro tipo de comunidade virtual na abordagem das redes sociais são as comunidades híbridas. Esses agrupamentos combinam ao mesmo tempo características das comunidades emergentes e das comunidades associativas. Estariam, assim, em um estágio intermediário entre estes dois tipos de comunidades

(RECUERO, 2010). Antes de abordar o segundo tipo de classificação para comunidades virtuais encontrado na literatura, é importante fazer uma ressalva. Na descrição dos tipos de comunidades elencados por Recuero (2010), foram priorizados apenas os aspectos “interacionais” relativos às comunidades. Questões estruturais, como o formato dos *clusters*, por exemplo, não foram contempladas por fugirem do escopo deste trabalho.

Uma outra classificação das comunidades virtuais é proposta por Kozinets (2014). Baseado nos tipos de afiliação e participação dos usuários, o autor classifica as comunidades virtuais em quatro tipos: comunidades de aventura, comunidades de vinculação, comunidades de *geeks* e comunidades de construção. As comunidades de aventura se caracterizam por relações fracas e pouca atividade de consumo, entendido aqui como o objetivo que leva um usuário a acessar uma comunidade (obter suporte emocional, por exemplo). Pode-se citar como exemplos os mundos virtuais, as salas de bate-papo e os espaços para jogos. Nas comunidades de vinculação, os membros estabelecem relacionamentos profundos e duradouros entre si, porém a atividade de consumo não é o seu foco. *Sites* de redes sociais, mundos virtuais e alguns fóruns sociais podem ser considerados comunidades de vinculação (KOZINETS, 2014).

As comunidades de *geeks* são espaços virtuais onde os fluxos informacionais são intensos. Kozinets (2014) descreve esses ambientes como “[...] reuniões *online* onde o compartilhamento de informações, notícias, histórias e técnicas sobre uma determinada atividade é a razão de ser da comunidade [...]”. Dessa forma, a interação estabelecida nessas comunidades tem um propósito predominantemente informacional, não envolvendo relacionamentos sociais profundos. Alguns exemplos são os grupos de notícias, fóruns eletrônicos, *sites* de conteúdo social e blogs.

A última categoria apresentada por Kozinets (2014) são as comunidades de construção. Nestes agrupamentos é possível observar interações de nível informacional e relacional. Também estão presentes um forte senso comunitário e informações detalhadas sobre o tópico de interesse central da comunidade. O autor menciona como exemplos de comunidades de construção os blogs, os *sites* colaborativos, os grupos de interesses em *sites* de redes sociais, entre outros. Pode-se depreender assim que as comunidades de construção são espaços ricos em interações, bem como em trocas sociais, culturais, informacionais e simbólicas.

Com base nos tipos de comunidades apresentados anteriormente, é possível classificar a comunidade virtual objeto deste estudo como uma comunidade de associação, em função das ferramentas utilizadas para sua constituição, e como comunidade de construção, em razão dos fluxos informacionais observados e das diversas formas de interação social ocorridas nesse ambiente. Após a explicação sobre o tipo de comunidade virtual que será pesquisado, faz-se necessário compreender o que é o comportamento informacional e como ele se manifesta no interior das comunidades virtuais.

## 2.5 COMPORTAMENTO INFORMACIONAL

Os estudos sobre o comportamento informacional, conhecidos também como estudos sobre necessidades e usos da informação, podem ser considerados uma evolução dos tradicionais estudos de usuários (GASQUE; COSTA, 2010), definidos por Sanz Casado (1994) como um conjunto de investigações que buscam analisar qualitativa e quantitativamente os hábitos de informação dos usuários. Os primeiros trabalhos sobre o tema foram publicados por ocasião da Conferência de Informação Científica da Royal Society, realizada no Reino Unido em 1948, e da Conferência Internacional de Informação Científica, promovida em Washington, Estados Unidos, no ano de 1958. O desenvolvimento teórico e metodológico dos estudos sobre comportamento informacional pode ser acompanhado nas revisões de literatura publicadas no periódico *Annual Review of Information Science and Technology* (ARIST) entre 1966 e 2009 (GASQUE; COSTA, 2010).

A evolução dos estudos de usuários ocorreu de forma gradual, passando de uma abordagem focada na demanda e uso de sistemas e fontes de informação para uma compreensão mais ampla sobre os fatores que levam um indivíduo a empreender uma busca de informação. De acordo com Choo (2003), a pesquisa orientada ao sistema observa o que ocorre no ambiente externo do indivíduo em termos de instrumentos, serviços e práticas, enquanto a pesquisa orientada ao usuário analisa as preferências dos indivíduos, suas necessidades cognitivas e psicológicas, bem como a influência destes fatores sobre a busca e os padrões de comunicação da informação. “A partir dos anos 1980, os estudos sobre comportamento e necessidades informacionais deixaram de enfatizar os sistemas propriamente ditos e passaram a valorizar a perspectiva do usuário, atribuindo mais

ênfase ao seu papel na transferência da informação.” (MARTÍNEZ-SILVEIRA; ODDONE, 2007, p. 122-123).

Em relação ao perfil dos indivíduos pesquisados, observa-se que os estudos deslocaram sua atenção dos pesquisadores das ciências puras para os cientistas sociais e, mais recentemente, para os usuários da informação inseridos em um determinado contexto, independentemente de sua ocupação (GONZÁLEZ TERUEL, 2005). Martínez-Silveira e Oddone (2007) acreditam que a mudança de paradigma nos estudos sobre comportamento informacional é fruto da percepção de que tanto os usuários como os sistemas de informação estão inseridos em um contexto histórico e social que afeta a definição de suas características. Segundo as autoras, a perspectiva atual dos estudos reconhece que o contexto desempenha um papel tão importante quanto às estruturas cognitivas dos usuários ou as características dos sistemas de informação. Também é possível perceber que atualmente a noção de contexto parece estar sendo relativizada ou mesmo expandida em alguns estudos. Os pesquisadores começaram a estudar o comportamento informacional dos usuários no contexto virtual do ciberespaço e das comunidades virtuais.

González Teruel (2005) observa que a mudança na perspectiva dos estudos de necessidades e usos foi acompanhada de uma mudança na denominação do objeto de estudo e da disciplina. Os pesquisadores da área passaram a usar em seus trabalhos os termos comportamento informacional humano (*human information behaviour*), comportamento de busca da informação (*information seeking behaviour*) e comportamento de uso da informação (*information use behaviour*). Quanto ao significado destes termos, Wilson (2000) define comportamento informacional como a totalidade do comportamento humano em relação às fontes e canais de informação, incluindo as buscas de informação ativa e passiva e o uso da informação. Já o comportamento de busca da informação é compreendido pelo autor como uma busca intencional, impulsionada pela necessidade de atingir um objetivo. O comportamento de uso, por sua vez, corresponde aos atos físicos e mentais que envolvem a incorporação da informação aos conhecimentos prévios do indivíduo.

Pettigrew, Fidel e Bruce (2001, p. 44, tradução nossa) consideram o comportamento informacional como “[...] o estudo de como as pessoas necessitam, buscam, transferem e usam a informação em diferentes contextos, incluindo o ambiente de trabalho e a vida cotidiana.”. Para Davenport e Prusak (1998), o comportamento informacional diz respeito à maneira como os indivíduos lidam com a

informação e inclui a busca, o uso, a alteração, a troca, o acúmulo e o ato de ignorar informações. Nas definições acima, pode-se observar a presença de elementos que complementam a definição proposta por Wilson (2000) e ampliam os limites do conceito de comportamento informacional, tais como a necessidade de informação, a transferência ou compartilhamento da informação, a alteração ou modificação da informação, o intercâmbio de informação e o comportamento de ignorar informações.

Um dos pré-requisitos fundamentais para o êxito do trabalho científico é a correta definição e delimitação dos conceitos abordados. González Teruel (2005) comenta que os resultados de muitos estudos não puderam ser aplicados na melhoria de sistemas de informação pelo fato de não definirem ou delimitarem de forma conveniente os conceitos de necessidade, demanda e uso da informação. Em sentido mais amplo, pode-se depreender que a ausência de rigor conceitual pode gerar ambiguidade e comprometer a representação da realidade que se pretende apresentar. Portanto, para os fins deste estudo, serão descritos e analisados os conceitos de informação, necessidade, busca, uso e compartilhamento da informação, bem outros aspectos que forem úteis para um melhor entendimento do comportamento informacional.

A informação é um conceito multifacetado que tem sido estudado por diversas disciplinas e sob os mais diferentes enfoques. De acordo com Oliveira (2005), a informação não é um objeto exclusivo da Ciência da Informação. Outras disciplinas como a Comunicação Social, a Ciência da Computação e a Biologia também se interessam pelo tema. No campo da Ciência da Informação, Le Coadic (2004) define o conceito de informação como o conhecimento registrado de forma escrita, oral ou audiovisual em um determinado suporte e que carrega um elemento de sentido para o usuário. Dessa maneira, pode-se observar que a definição apresentada pelo autor compreende tanto o aspecto cognitivo (conhecimento) quanto o físico (suporte) do conceito. Assim, tendo em vista as características das comunicações mediadas pelo computador, que serão a fonte de dados para o estudo, optou-se pela utilização da palavra informação no sentido proposto por Le Coadic (2004).

Um dos conceitos mais importantes da Ciência da Informação e que já causou divergências entre os teóricos da área é o conceito de necessidade de informação. As discussões foram ocasionadas em função das diferentes interpretações do conceito que, de forma semelhante à informação, pode ser

compreendido do ponto de vista da subjetividade do usuário ou de uma perspectiva que leva em conta aspectos da realidade objetiva. Segundo González Teruel (2005, p. 70-71, tradução nossa),

Diversos pesquisadores têm estabelecido sua própria definição e considerado a necessidade de informação, por exemplo, de uma perspectiva cognitiva, como um estado psicológico, como um estado anômalo de conhecimento, como uma situação de perda de sentido ou significado ou, por último, como um momento de incerteza.

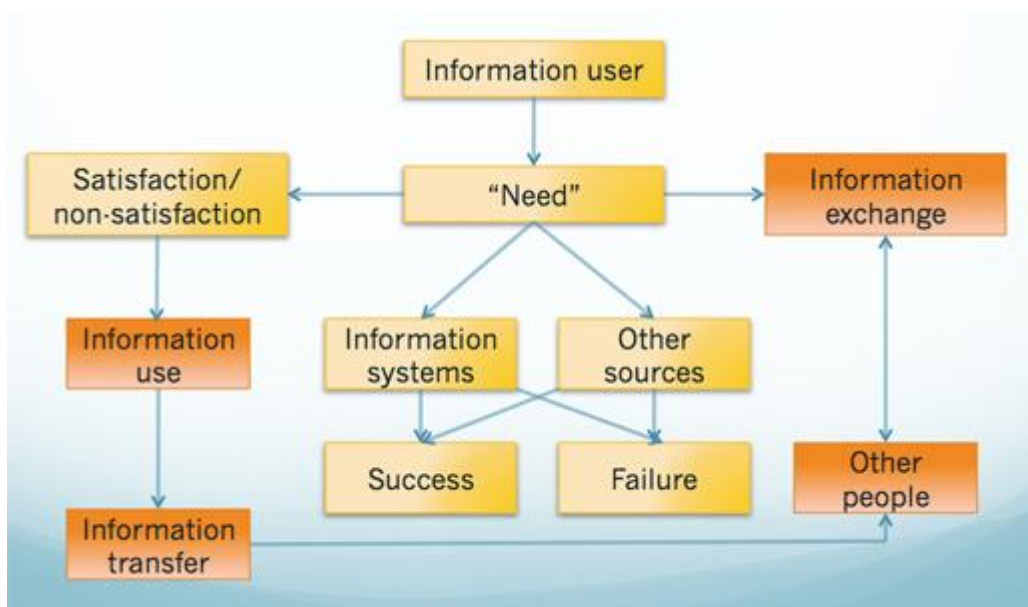
Sanz Casado (1994) define necessidade de informação como uma sensação de carência de algo. Martínez-Silveira e Oddone (2007, p. 118) combinam as duas abordagens mencionadas anteriormente ao definirem necessidade de informação como “[...] uma experiência subjetiva que ocorre na mente de cada indivíduo em determinada circunstância ou como condição objetiva observável quando uma informação específica contribui para atender ao motivo que a gerou.”. Dessa forma, percebe-se que a necessidade de informação pode surgir a partir de uma motivação interna, como uma curiosidade, por exemplo, ou externa, por exigência de um determinado contexto. Em uma perspectiva cognitivista, Choo (2003) afirma que uma necessidade de informação surge no momento em que um indivíduo percebe vazios em seu conhecimento e em sua capacidade de atribuir sentido a uma experiência. O indivíduo passa então a procurar formas de preencher seu vazio cognitivo ou superar uma situação que lhe cause incerteza. Em outras palavras, inicia um processo de busca da informação.

Segundo González Teruel (2005), o processo de busca da informação consiste em uma sequência de etapas que são desenvolvidas por um indivíduo do momento em que identifica uma carência de informação que o impede de resolver um problema até a utilização da informação para solucioná-lo. Choo (2003) acrescenta uma dimensão coletiva ao processo de busca da informação ao defini-la como um processo humano e social no qual a informação se torna útil a um indivíduo ou grupo. A busca da informação pode ser entendida, então, como todos os esforços realizados por um indivíduo para obter a informação que necessita ou as estratégias utilizadas para solucionar um determinado problema informacional. Em relação ao uso da informação, pode-se afirmar que corresponde à assimilação da informação obtida pelo indivíduo e sua aplicação em um determinado contexto. De acordo com Choo (2003), o uso da informação resulta em uma mudança no estado

de conhecimento ou na capacidade de agir de um indivíduo. Desse modo, a informação pode ser usada para “[...] responder a uma pergunta, resolver um problema, tomar uma decisão, negociar uma posição ou entender uma situação.” (CHOO, 2003, p. 107).

Um conceito relacionado ao comportamento informacional que tem recebido destaque na literatura da Ciência da Informação em função das possibilidades oferecidas pelas TIC é o de compartilhamento da informação. Tom Wilson foi um dos primeiros pesquisadores da área a chamar atenção para o papel do compartilhamento da informação no quadro teórico dos estudos de usuários (WILSON, 2010). Em seu modelo para o estudo do comportamento informacional, apresentado na Figura 2, Wilson (1981) emprega o termo intercâmbio de informações (*information exchange*) para destacar o elemento de reciprocidade presente nas interações humanas. Segundo o autor, o intercâmbio de informação ocorre quando um indivíduo procura suprir suas necessidades informacionais junto a outras pessoas em vez de recorrer a outras fontes ou sistemas de informação (WILSON, 1981).

Figura 2 – Modelo do comportamento informacional de Wilson (1981)



Fonte: Wilson (2010).



Após analisar a literatura publicada na base de dados Scopus sobre compartilhamento da informação<sup>3</sup>, Wilson (2010) constatou que a quantidade de trabalhos publicados sobre o tópico cresceu exponencialmente a partir dos anos 1990. Curiosamente, esse crescimento se deu após a invenção da *Web*, em 1989. O autor observa que a proporção de trabalhos publicados na área da Ciência da Informação sobre compartilhamento da informação ainda é pequena em relação à literatura produzida por outras disciplinas e recomenda que pesquisadores da área do comportamento informacional se aproximem de colegas das áreas de gestão e sistemas de informação, onde a maior parte das pesquisas sobre compartilhamento da informação está sendo realizada.

No âmbito empresarial, o comportamento informacional e, mais precisamente, o compartilhamento da informação têm sido apontados como fatores importantes para o sucesso das organizações (DAVENPORT; PRUSAK, 1998). Davenport e Prusak (1998, p. 115, grifo do autor) definem “[...] o compartilhamento das informações como um ato *voluntário* de colocá-las à disposição dos outros.”. Nesse sentido, o compartilhamento da informação pressupõe o interesse do indivíduo em disponibilizar informação aos seus colegas, favorecendo o fluxo das informações em um determinado contexto. Em uma revisão de literatura sobre o compartilhamento da informação, Alves e Barbosa (2010) identificam seis fatores que influenciam as trocas de informação no ambiente empresarial. São eles: cultura organizacional, motivação pessoal, confiança e reciprocidade, mecanismos de compartilhamento da informação, poder e *status*, e sistemas de recompensa. Os autores destacam a importância de se estudar esses elementos no sentido de aprofundar a compreensão das práticas de compartilhamento da informação e de suas contribuições para o sucesso organizacional.

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

---

<sup>3</sup> Em seu trabalho, Wilson (2010) utiliza os termos *information sharing*, *knowledge sharing* e *information exchange* como sinônimos.

pesquisa sobre o comportamento informacional. Um exemplo dessa tendência é o surgimento, nos últimos anos, de algumas investigações na área da Ciência da Informação sobre o comportamento informacional em comunidades virtuais.

### 3 METODOLOGIA

Pesquisas com foco no uso da Internet e nos padrões de comportamento dele derivados exigem métodos e técnicas de pesquisa apropriados. De acordo com Kozinets (2014, p. 46), “Em um campo novo e em constante transformação como o dos estudos da internet, técnicas qualitativas podem ajudar a desenhar (ou redesenhar) o mapa de um terreno novo ou em rápida transformação.”. Dessa forma, em função do caráter exploratório da pesquisa, que busca compreender como o comportamento informacional se manifesta em comunidades virtuais, optou-se pela utilização da netnografia, um método de pesquisa qualitativo que tem sido empregado por pesquisadores de diversas áreas do conhecimento em seus estudos sobre objetos e fenômenos da Internet. Para atingir os objetivos da pesquisa, tornando o estudo mais completo, foi realizada uma análise quali-quantitativa dos dados. Nas seções seguintes, será apresentado um panorama da etnografia e da netnografia, assim como as etapas da pesquisa netnográfica.

#### 3.1 NETNOGRAFIA E ETNOGRAFIA

A netnografia é um método de pesquisa utilizado para estudar as culturas e comunidades *online* (KOZINETS, 2014). Como o próprio nome sugere, o método é uma adaptação da pesquisa etnográfica que leva em conta as características dos ambientes virtuais e da comunicação mediada pelo computador. Dessa forma, para obter um entendimento mais amplo sobre o método netnográfico, torna-se necessário apresentar algumas considerações sobre a etnografia. De acordo com Aguirre Baztán (1995, p. 4, tradução nossa), a etnografia “É uma disciplina que estuda e descreve a cultura de uma comunidade a partir da observação participante e da análise dos dados observados.”. O termo também é usado para designar o trabalho de campo (processo) e a monografia etnográfica (produto) produzida a partir do estudo. Etimologicamente, a etnografia é uma combinação das palavras *graphos* e *ethnos*, que significam estudo descritivo e cultura, respectivamente (AGUIRRE BAZTÁN, 1995).

Segundo Gómez Pellón (1995), o termo etnografia surgiu como um neologismo no início do século XIX. Porém, naquele momento a palavra era utilizada em seu sentido restrito, isto é, como uma descrição das etnias ou povos que

habitam a Terra. Para Aguirre Baztán (1995), a etnografia é a base empírica do conhecimento antropológico. O método é utilizado comumente para estudar questões ou comportamentos sociais que necessitem de maior compreensão, auxiliar pesquisadores a se manterem a par de uma situação antes de focar em tópicos específicos, bem como conhecer os pontos de vista dos membros das comunidades estudadas sobre determinados assuntos (ANGROSINO, 2009). Os usos apresentados acima evidenciam, portanto, o caráter exploratório da etnografia.

O processo etnográfico é composto por diferentes etapas. De acordo com Aguirre Baztán (1995), estas etapas incluem a demarcação do campo, a preparação e a documentação, a investigação e a conclusão do estudo. De maneira semelhante, Angrosino (2009) refere que os elementos essenciais de um relatório etnográfico são a introdução, a caracterização da cena ou descrição densa, a análise dos padrões socioculturais da comunidade e a conclusão, que inclui o resumo dos principais tópicos e sugestões de contribuição do estudo para uma determinada área do conhecimento. Embora os autores utilizem expressões diferentes para denominar as etapas da pesquisa etnográfica, a análise comparativa entre elas revela que os procedimentos realizados são muito semelhantes.

Durante muito tempo a etnografia ocupou-se do estudo das culturas e comunidades humanas situadas em locais geograficamente delimitados. Porém, o surgimento e a apropriação das novas tecnologias da informação e da comunicação possibilitaram a formação de outras formas de agregação social: as comunidades virtuais do ciberespaço. Dessa forma, a digitalização dos mundos sociais (KOZINETS, 2014) exigiu uma remodelação do método etnográfico a fim de captar as novas formas de socialização constituídas nos ambientes virtuais. De acordo com Angrosino (2009, p. 121), “A vida *online* está se tornando uma banalidade do século XXI, e a etnografia pode certamente incorporar o ciberespaço como lócus de pesquisa.”. Nesse sentido, Kozinets (2014) argumenta que a influência das tecnologias da informação e da comunicação na vida contemporânea é tamanha que não se pode mais voltar atrás.

É neste contexto que surge a netnografia – um método de pesquisa observacional participante, baseado no trabalho de campo *online*, que utiliza as comunicações mediadas pelo computador como fonte de dados para a compreensão e a representação etnográfica dos fenômenos culturais e comunais (KOZINETS, 2014). O termo é uma combinação das palavras *net* e *ethnography* e

foi cunhado por pesquisadores norte-americanos em 1995 (BRAGA, 2007). Segundo Kozinets (2014), o método netnográfico foi desenvolvido no campo da pesquisa de marketing e consumo, uma área interdisciplinar que se caracteriza por incorporar pontos de vista de diversos campos, como a antropologia, a sociologia e os estudos culturais.

Fragoso, Recuero e Amaral (2011) apontam que o ‘flerte’ entre as pesquisas de mercado e as pesquisas acadêmicas impulsionou o surgimento de diversos outros termos para denominar as pesquisas com abordagem etnográfica realizadas na Internet. As autoras citam como exemplo os termos etnografia digital e webnografia. Amaral, Natal e Viana (2008), por sua vez, observam que o termo netnografia é mais utilizado por pesquisadores das áreas de marketing e administração, enquanto etnografia virtual é o termo preferido nas áreas da antropologia e das ciências sociais. Kozinets (2014), um dos teóricos responsáveis pela popularização do termo netnografia, não é favorável ao uso de diversos termos e acredita que a imprecisão terminológica gera problemas na avaliação de trabalhos apresentados à comunidade científica, uma vez que

[...] ao lermos sobre, por exemplo, uma ‘redenografia’, uma ‘etnografia da rede’ ou ‘etnografia digital’, o que sabemos sobre sua abordagem preferencial ou suas normas de avaliação? O que sabemos sobre o modo como ela combina dados *online* com dados presenciais? Esses trabalhos devem ser julgados de maneira diferente ou da mesma maneira que outros que se autorrotulam como ‘etnografias *online*’ ou ‘etnografias virtuais’? Quantos termos diferentes são necessários? (KOZINETS, 2014, p. 13-14).

Deste modo, considerando a importância da univocidade terminológica na consolidação do campo de estudos da netnografia, bem como os argumentos de Kozinets (2014) acerca das implicações da utilização do termo na avaliação e no reconhecimento pelos pares, optou-se, nesta pesquisa, pela utilização do termo netnografia e dos procedimentos metodológicos a ela associados. Nas palavras de Kozinets (2014, p. 14) “[...] dispor de um conjunto de padrões comuns proporcionará estabilidade, consistência e legitimidade.” Com esta escolha, busca-se, portanto, produzir um trabalho genuinamente netnográfico e que possa ser avaliado da mesma forma que outros trabalhos que utilizam este método de pesquisa.

No que diz respeito aos estudos teóricos sobre a netnografia publicados no Brasil, cabe destacar o trabalho realizado pela professora e pesquisadora Adriana

da Rosa Amaral. Os trabalhos teóricos publicados pela autora, individualmente ou em coautoria, apresentam uma abordagem introdutória da netnografia sob a perspectiva da Comunicação, sua área de atuação. Em relação aos primeiros estudos netnográficos de caráter empírico publicados no País, destaca-se o trabalho *Netnografias nas redes digitais*, apresentado pela pesquisadora Simone Pereira de Sá no 1º Seminário Interprogramas de Pós-Graduação em Comunicação, realizado no final do ano 2000 (PRADO, 2002). Neste trabalho, Sá (2002) faz uma breve apresentação da pesquisa *O Samba em Rede*, um estudo de caso que utilizou o método etnográfico para investigar a comunicação e as relações sociais estabelecidas em listas de discussão sobre o carnaval e *sites* de Escolas de Samba do Rio de Janeiro. Ainda no campo da Comunicação, a netnografia foi utilizada por Corrêa (2005) para analisar a interação social na lista de discussão ABRH-Gestão e identificar os aspectos que a caracterizam como uma comunidade virtual científica. Observa-se, assim, que o método tem sido utilizado há algum tempo por pesquisadores da área da Comunicação para estudar temas como a comunicação mediada pelo computador e a cibercultura.

Na área da Ciência da Informação, são poucos os trabalhos em língua portuguesa que utilizam a netnografia como método de pesquisa. Um dos estudos identificados na literatura foi desenvolvido por pesquisadores brasileiros e publicado nos Anais do 9º Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas, realizado em Açores, Portugal, no ano de 2007. No trabalho, Pinto e colaboradores (2007) propõem a aplicação da netnografia para o estudo de usuários no ciberespaço. Partindo do entendimento das listas de discussão como comunidades virtuais, os autores analisam as postagens dos membros da lista de discussão da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações do IBICT, buscando identificar quais são os temas mais recorrentes na lista, como os usuários se expressam em relação aos temas abordados e com que finalidade eles utilizam a ferramenta. De acordo com Pinto e colaboradores (2007), os pesquisadores das áreas de Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia precisam estar atentos aos novos métodos de pesquisa no ciberespaço, pois estes campos também estão presentes no ambiente virtual.

Outro estudo netnográfico realizado na área da Ciência da Informação e publicado no Brasil é o trabalho de Crippa e Carvalho (2012). As autoras utilizam a netnografia para estudar as práticas de mediação da informação e da leitura entre os

membros da comunidade virtual Anobii. Após a análise das ferramentas disponibilizadas pelo *site* para interação entre os leitores que participam da comunidade, foram aplicados questionários aos alunos da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da USP com o intuito de identificar suas práticas de leitura e o conhecimento sobre as comunidades virtuais para o compartilhamento de leituras. Uma das constatações do estudo é de que as comunidades virtuais configuram-se como instrumentos para a mediação da informação sobre leitura (CRIPPA; CARVALHO, 2012). Dessa forma, os exemplos apresentados acima reforçam a posição de que as comunidades virtuais são espaços de compartilhamento da informação e que a netnografia é um método de pesquisa indicado para as investigações realizadas pela Ciência da Informação sobre os fluxos de informação no ciberespaço.

### 3.2 ETAPAS DA PESQUISA NETNOGRÁFICA

A pesquisa netnográfica compreende as etapas de planejamento do estudo, entrada em campo, coleta de dados, análise e interpretação dos dados, garantia dos padrões éticos e representação da pesquisa (KOZINETS, 2014). Conforme foi afirmando anteriormente, a adesão a padrões metodológicos previamente estabelecidos proporciona consistência ao trabalho netnográfico e legitimidade junto à comunidade acadêmica. Dessa forma, o presente estudo foi desenvolvido segundo as etapas recomendadas por Kozinets (2014) com as adaptações necessárias. Os procedimentos metodológicos realizados e as decisões tomadas durante a pesquisa serão apresentados nas seções seguintes.

#### 3.2.1 Planejamento e entrada em campo

A etapa de planejamento envolve a elaboração do problema de pesquisa, a escolha do tipo de fórum eletrônico mais apropriado aos propósitos do estudo e a seleção da comunidade virtual que será investigada (KOZINETS, 2014). O problema de pesquisa que motivou a realização do estudo foi definido a partir da constatação de que o tema comportamento informacional em comunidades virtuais havia sido pouco explorado por pesquisadores brasileiros da área Ciência da Informação e de que a netnografia – um método de pesquisa desenvolvido para o estudo de culturas

e comunidades *online* – poderia ser útil para a ampliação do conhecimento sobre o tópico.

Inicialmente, foi cogitada a possibilidade de se pesquisar comunidades virtuais formadas nos *sites* de redes sociais Facebook e LinkedIn. No entanto, uma análise prévia do comportamento dos participantes de grupos de interesses do LinkedIn revelou que a ferramenta tem sido mais utilizada para o compartilhamento de *links* da *Web* do que para a interação entre os participantes. Como um dos propósitos da netnografia é capturar os significados culturais socialmente compartilhados nas comunidades virtuais, essa particularidade da plataforma acabou inviabilizando sua utilização no estudo. O Facebook foi considerado o fórum eletrônico mais apropriado por apresentar as seguintes características:

- a) a popularidade alcançada pelo sistema nos últimos anos, conforme dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015;
- b) a possibilidade de delimitação do campo de pesquisa através dos chamados grupos de interesses;
- c) a existência de um espaço para a descrição dos objetivos dos grupos, facilitando a contextualização do campo;
- d) a participação regular dos membros, compartilhando informações, ideias e opiniões;
- e) e a possibilidade de mensurar o número de participantes e o tamanho da comunidade.

Para auxiliar na escolha de comunidades virtuais interessantes ao trabalho netnográfico, Kozinets (2014) sugere a utilização de mecanismos de busca gerais, mecanismos de busca especializados em determinadas ferramentas (como blogs e grupos de discussão, por exemplo) e mecanismos de busca de *sites* de redes sociais específicos. O uso desses recursos não foi necessário, pois o pesquisador já fazia parte dos grupos de interesses pré-selecionados. A etapa seguinte consistiu na análise dos grupos a fim verificar se preenchiam os critérios recomendados por Kozinets (2014) para a identificação de comunidades virtuais. De acordo com o autor, as comunidades devem ser relevantes, ativas, interativas, substanciais, heterogêneas e ricas em dados.



De certo modo, as duas comunidades virtuais pré-selecionadas atendiam aos critérios expostos acima. Porém, a possibilidade de acesso e uso dos dados publicados foi o fator determinante para a escolha definitiva. Um dos grupos considerados relevantes ao estudo não pôde ser investigado, pois o administrador não autorizou a realização da pesquisa, alegando que o trabalho de campo “comprometeria o funcionamento e inibiria a participação futura dos membros” (SIC). No caso do grupo SEER: OJS in Brazil, o administrador foi bastante receptivo à solicitação para realização da pesquisa, se dispondo a ajudar no que fosse necessário. Além disso, a familiaridade do pesquisador com o SEER foi um dos fatores que contribuiu para a escolha do grupo e facilitou a condução do estudo. A entrada em campo foi realizada em janeiro de 2015. Durante o trabalho de campo, o pesquisador atuou como observador participante, acompanhando as atividades do grupo e interagindo de maneira discreta.

### **3.2.2 Coleta de dados**

A coleta de dados ocorreu no período de 6 de janeiro a 6 de abril de 2015, obedecendo ao cronograma da pesquisa. Durante o trabalho de campo, foram coletados dados arquivais e dados de notas de campo. Os primeiros correspondem a postagens<sup>4</sup> publicadas espontaneamente pelos membros da comunidade, sem que haja intervenção do pesquisador. Os dados de notas de campo são derivados das observações pessoais do pesquisador sobre a comunidade, seus membros, suas interações e significados, bem como em relação a sua própria participação e afiliação na comunidade. Os dados extraídos, por sua vez, podem ser obtidos nas interações do pesquisador com os participantes através de postagens, entrevistas por correio eletrônico ou mensagens instantâneas (KOZINETS, 2014). Como a atuação do pesquisador não envolveu a realização de entrevistas ou a interação direta com os membros da comunidade, o uso de dados extraídos não foi necessário.

A princípio, seriam analisadas apenas cinquenta postagens. Contudo, em função da percepção de que uma quantidade maior de dados poderia fornecer um retrato mais fidedigno das dinâmicas da comunidade e captar alguns aspectos que

---

<sup>4</sup> Para os propósitos deste estudo, postagens são todas as publicações realizadas pelos membros da comunidade, incluindo textos, imagens, vídeos e *links* para recursos externos.

uma quantidade limitada de dados não permitiria, foram considerados pertinentes ao estudo todos os dados textuais e visuais publicados pelos participantes do grupo durante o trabalho de campo, totalizando 71 postagens e 19 comentários. Os comentários sobre as postagens também foram coletados a fim de analisar o conteúdo das interações dos membros da comunidade. Junto às postagens foram registradas as reflexões do pesquisador sobre os significados das mensagens para o grupo como um todo e para os participantes em particular.

Os dados foram coletados com o auxílio da ferramenta de captura de tela do computador, editados com um *software* para edição de imagens e armazenados em ordem cronológica em um documento do Microsoft Word. Concomitantemente, o pesquisador procurou manter um olhar netnográfico sobre os eventos da comunidade, transcrevendo as ações dos participantes e buscando compreender suas motivações e os papéis desempenhados por eles. Essa “descrição densa” dos acontecimentos e das impressões do pesquisador possibilitou uma visão abrangente da cultura e das dinâmicas da comunidade que foi útil nas etapas de análise e interpretação dos dados.

### **3.2.3 Análise dos dados**

Em netnografia, as etapas de coleta e análise dos dados não ocorrem separadamente (KOZINETS, 2014). Dessa forma, a análise teve início durante a coleta de dados e se estendeu após a finalização do trabalho de campo. De acordo com Kozinets (2014), a análise de dados pode ser realizada de forma manual (usando caneta e papel ou arquivos eletrônicos) ou por meio de um *software* de análise de dados qualitativos (SADQ). É importante destacar que a escolha de um ou outro método depende de fatores como o tempo para a realização da pesquisa, os recursos financeiros disponíveis, o tamanho da equipe de trabalho, a disponibilidade de um SADQ e o preparo do pesquisador para utilizá-lo. Em termos práticos, a análise dos dados foi realizada de forma manual, isto é, por meio da manipulação de arquivos eletrônicos.

Para Kozinets (2014, p. 113), “A netnografia envolve uma abordagem indutiva da análise de dados qualitativos.”. Nesse sentido, o pesquisador deve buscar compreender a realidade a partir da análise dos próprios fenômenos observados e não sob a ótica de teorias ou modelos teóricos preexistentes, como ocorre na

abordagem dedutiva. Isso não significa, porém, que a base teórica da pesquisa deva ser desconsiderada. O referencial teórico que sustenta o estudo deve estar presente para o pesquisador durante toda a análise a fim de não desviar o foco do trabalho. Os fatos devem ser analisados à luz dos conhecimentos consolidados, mas não se restringir a eles. É preciso fazer os dados “falarem” por si mesmos (BARDIN, 1977). Nesse sentido, Kozinets (2014) afirma que a análise deve ser realizada com foco na teoria e, em contrapartida, a teoria deve ser regida pela compreensão do caráter indutivo da netnografia.

A análise dos dados netnográficos pode ser realizada através de métodos baseados em codificação ou em interpretação hermenêutica (KOZINETS, 2014). Em sentido estrito, a hermenêutica pode ser entendida como a arte de compreender e interpretar textos (MINAYO<sup>5</sup>, 2002 *apud* AZEVEDO, 2004, p.129-130). Já a codificação é definida por Gibbs (2009, p. 60) como “[...] uma forma de indexar ou categorizar o texto para estabelecer uma estrutura de ideias temáticas em relação a ele [...]”. Neste estudo, optou-se pela utilização do método de codificação por permitir a identificação de categorias temáticas e, assim, alcançar os objetivos da pesquisa. Como o conjunto de dados coletados inclui dados textuais e não textuais, os procedimentos de codificação foram adaptados, preservando, contudo, a essência do método.

O processo de codificação começa com a descrição dos dados, segue com a categorização dos conteúdos e termina com a atribuição de códigos analíticos e teóricos (GIBBS, 2009). No presente estudo, a codificação teve início na fase de coleta de dados, quando as postagens foram copiadas e receberam um rótulo indicando do que se tratavam. Desde o início, foi possível observar que existia um padrão subjacente aos tipos de conteúdos postados, embora os participantes provavelmente não tivessem consciência disso ao realizarem as postagens. Os arquivos eletrônicos com as postagens foram reunidos em uma pasta e ao final da coleta de dados foram separados em categorias de acordo com os rótulos recebidos. Essas categorias foram definidas a partir das características mais marcantes nas postagens, de modo a homogeneizá-las. Por fim, as categorias foram confrontadas com os conceitos encontrados na literatura sobre comportamento

---

<sup>5</sup> MINAYO, Maria Cecília de Souza. *Hermenêutica-Dialética como caminho do pensamento social*. In: \_\_\_\_\_; DESLANDES, Suely Ferreira (Org.) **Caminhos do pensamento: epistemologia e método**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2002. *Apud* Azevedo (2004).

informativa e agrupadas em duas grandes categorias: comportamento de busca da informação e compartilhamento ou intercâmbio de informações. Dessa forma, a análise foi orientada por um raciocínio indutivo, partindo de informações presentes nos dados para, num processo de abstração, até chegar aos constructos teóricos.

### **3.2.4 Garantia dos padrões éticos**

Um aspecto sobre a netnografia que merece destaque é a questão da ética. Devido à importância do tema, Kozinets (2014), considera a observância dos padrões éticos uma das etapas da investigação netnográfica. O autor coloca algumas questões éticas que são relevantes nas pesquisas *online*, tais como a noção de público e privado nas comunidades virtuais, a solicitação de consentimento informado aos membros das comunidades, a propriedade dos dados disponibilizados em meio eletrônico, o uso de informações disponíveis em *sites* corporativos, a idade e a vulnerabilidade dos membros das comunidades pesquisadas, entre outras.

No que tange à solicitação de consentimento informado aos membros das comunidades, Kozinets (2014) afirma que a pesquisa com arquivos e *download* de mensagens não se qualifica como pesquisa com seres humanos e que o consentimento informado é necessário apenas quando ocorrem intervenções ou interações diretas entre o pesquisador e os participantes da pesquisa. Os formulários de consentimento informado são então indicados quando os participantes não são adultos, fazem parte de uma população vulnerável ou a pesquisa é considerada de alto risco (KOZINETTS, 2014). Sendo assim, não foi necessária a solicitação de consentimento informado aos participantes da pesquisa, pois o perfil da comunidade estudada não corresponde às características supramencionadas.

Outra questão que deve ser observada na etapa de apresentação dos resultados da pesquisa é a divulgação das identidades dos participantes (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). Embora o estudo não tenha envolvido indivíduos com características especiais (menores ou pessoas com deficiência, por exemplo) ou temas considerados sensíveis, foram tomadas todas as medidas necessárias para que as identidades dos membros da comunidade fossem preservadas.

### 3.2.5 Limitações do estudo

Durante a pesquisa, foram percebidas algumas dificuldades que, de modo geral, não comprometeram a realização do estudo. A primeira foi em relação ao período de coleta de dados. Conforme foi pré-estabelecido no cronograma da pesquisa, o trabalho de campo e, conseqüentemente, a coleta de dados deveria ser realizado nos meses de janeiro, fevereiro e março de 2015. No entanto, não houve nenhuma postagem na comunidade nos primeiros oito dias após a entrada em campo. Uma possível explicação para esse período de inatividade é que o mês de janeiro é tradicionalmente considerado período de férias acadêmicas e profissionais e muitas instituições e profissionais responsáveis pela publicação de revistas científicas reduzem suas atividades no período. Dessa forma, este fato pode ter ocasionado algum reflexo na participação dos membros na comunidade.

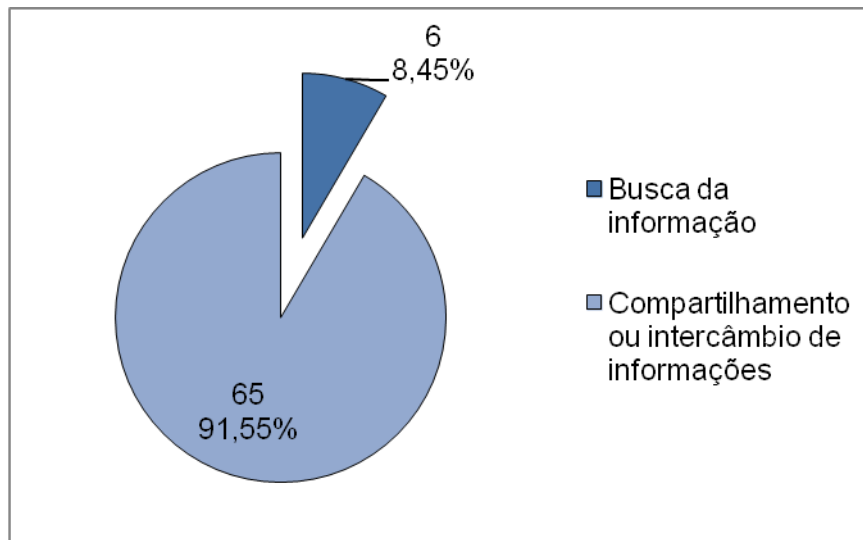
Outro aspecto que poderia influenciar os resultados da pesquisa tem relação com os indivíduos pesquisados. Pesquisas realizadas na Internet, como a netnografia, são baseadas nos rastros deixados pelos indivíduos quando utilizam diferentes ferramentas, plataformas e espaços virtuais para se comunicarem. Além disso, os perfis dos participantes não são os próprios sujeitos, mas sim representações construídas em um determinado ambiente. Nesse sentido, o pesquisador que realiza uma netnografia completamente *online*, isto é, sem o contato presencial, deve ter consciência de que o material publicado e as informações disponíveis sobre os participantes da pesquisa precisam ser relativizadas ou interpretadas em relação ao contexto do estudo. Em última análise, a netnografia permite o mapeamento de comportamentos e expressões individuais na Internet, mas um conhecimento profundo sobre as características pessoais e comportamentos dos participantes no mundo concreto exigiria uma abordagem mais etnográfica.

#### 4 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

O comportamento informacional pode ser entendido como um dos elementos que compõem a cultura de uma comunidade virtual. Dessa forma, compreender como se manifestam os comportamentos de busca, uso e compartilhamento da informação na comunidade virtual SEER: OJS in Brazil permite ampliar o conhecimento sobre a cultura desta comunidade.

Com base nos dados analisados, pode-se afirmar que o comportamento informacional predominante na comunidade durante o período de estudo foi o de **compartilhamento ou intercâmbio de informações**, representando 91,55% das postagens realizadas pelos participantes. O Gráfico 1 apresenta o número de postagens por categoria e os respectivos percentuais.

Gráfico 1 – Classificação das postagens realizadas na comunidade virtual SEER: OJS in Brazil.



Fonte: elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa.

Uma das postagens classificadas na categoria mencionada anteriormente não representa propriamente o ato de compartilhar informações, mas a disposição do Participante A de realizar intercâmbio com outros membros da comunidade: “Pessoal, gostaria de trocar ideias como os coordenadores de portais de revistas que utilizam o OJS/SEER. Quem puder entrar em contato basta me adicionar ou mandar uma msg inbox. Abraços, Participante A.” (SIC). Para além do objetivo pessoal do Participante A, explícito na mensagem, pode-se considerar que a

comunidade virtual SEER: OJS in Brazil configura-se como um espaço propício para identificar pessoas com conhecimentos, experiências e interesses em comum que estejam dispostas ao intercâmbio de informações e à realização de atividades conjuntas.

A análise dos dados também revelou que, em geral, o compartilhamento espontâneo de informações tende a não provocar interações ou debates na comunidade. Das 64 postagens de compartilhamento da informação identificadas, apenas sete receberam comentários, sendo que três deles foram feitos pelos próprios autores das postagens. Por outro lado, as postagens classificadas nesta categoria receberam em média 3,9 curtidas (*likes*) cada, uma quantidade baixa em relação ao número de participantes do grupo. O recurso “curtir” do Facebook pode ser interpretado de diferentes formas, mas de maneira geral é usado para indicar que os usuários apreciaram o conteúdo compartilhado. Para os participantes, o fato de suas postagens terem um número elevado de curtidas pode significar aprovação, prestígio ou identificação dos demais membros da comunidade, enquanto a ausência ou uma quantidade pequena de curtidas pode representar desinteresse, rejeição ou desconhecimento em relação aos conteúdos postados.

O **comportamento de busca da informação** foi pouco expressivo durante o trabalho de campo, correspondendo a 8,45% das postagens coletadas (o equivalente a seis postagens). Uma característica observada em relação à busca da informação na comunidade é que boa parte das postagens classificadas nesta categoria gerou interação entre os participantes. Esta constatação vai ao encontro das afirmações de Choo (2003, p. 102), para quem a busca da informação é “[...] uma atividade social por meio da qual a informação torna-se útil para um indivíduo ou para um grupo.” A ideia é reforçada pelo fato de que, apesar de todas as facilidades oferecidas pela *Web* no acesso a diferentes tipos de informação, os participantes representados nas postagens optaram por buscar as informações que necessitavam junto aos membros da comunidade.

A apresentação de questões é um dos diversos tipos de comportamentos observados em comunidades virtuais. De acordo com Burnett (2000), a manifestação mais visível do comportamento informacional em uma comunidade virtual ocorre quando as necessidades de informação de um participante são articuladas e apresentadas à comunidade em forma de pergunta. Na mensagem a seguir, é possível visualizar um exemplo de questão apresentada pelo Participante

B: “Bom Dia, alguém pode me informar como altero o formato da data de YYYY/MM/DD para DD/MM/YYYY?”. Um fato interessante sobre o comportamento informacional deste participante é que a postagem foi realizada logo após o seu ingresso na comunidade, sugerindo que o grupo SEER: OJS in Brazil é visto como um espaço indicado para a busca de informações relativas a aspectos técnicos do Sistema. Nesse sentido, Burnett (2000) afirma que as comunidades virtuais têm potencial para suportar uma série de atividades relacionadas à busca, ao fornecimento e ao compartilhamento de informações, além da socialização e de outros tipos de interações.

Um dos propósitos do estudo foi categorizar o conteúdo das informações buscadas, usadas e compartilhadas na comunidade. Em relação aos **tipos de informação compartilhados** na comunidade, foram identificadas cinco categorias temáticas principais: informações sobre periódicos científicos; informações sobre eventos científicos e profissionais; informações para editores e pesquisadores; informações sobre empresas, produtos e serviços; e informações sobre outros aspectos relativos à prática científica. As categorias identificadas revelam que as informações compartilhadas na comunidade são em sua maioria relacionadas ao fazer científico e vão além do tópico SEER/OJS. No Gráfico 2, são apresentados os tipos de informação compartilhados e o número de postagens correspondentes.

Gráfico 2 – Tipos de informação compartilhados na comunidade virtual SEER: OJS in Brazil.



Fonte: elaborado pelo autor com base nos dados da pesquisa.



Como pode ser observado no Gráfico 2, o número de postagens contendo informações sobre periódicos científicos foi bem expressivo, representando 34% das postagens de compartilhamento da informação. Na categoria **informações sobre periódicos científicos** estão incluídas informações sobre os sistemas de avaliação de revistas científicas, as características de determinados periódicos, a história dos primeiros periódicos científicos, a importância dos periódicos para o desenvolvimento científico regional, a inclusão de títulos em índices de revistas científicas, o modelo de publicações de acesso aberto e, por fim, a divulgação de periódicos científicos eletrônicos que utilizam o SEER/OJS – uma prática realizada de maneira constante na comunidade.

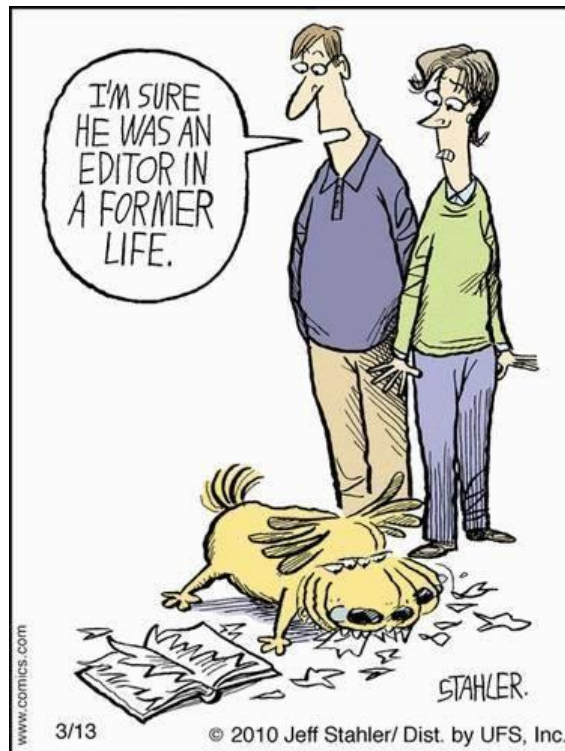
O número de postagens veiculando **informações sobre eventos científicos e profissionais** também foi considerável – o equivalente a 27%. Durante o trabalho de campo foram compartilhadas informações sobre sete eventos científicos e profissionais. Entre as temáticas discutidas estão as seguintes: publicações eletrônicas; profissionalização das atividades editoriais; ética e integridade na pesquisa científica; repositórios institucionais; e preservação digital. Os públicos dos eventos incluíam bibliotecários, editores científicos, estudantes, professores, empresários, usuários de publicações eletrônicas, pesquisadores, usuários do SEER, entre outros. Pela temática dos eventos e as características dos públicos envolvidos, pode-se considerar que as informações compartilhadas são adequadas aos interesses da comunidade e ao perfil de seus membros.

As postagens com **informações destinadas a editores e pesquisadores** representam 22%. Embora todas as postagens realizadas na comunidade possam ser potencialmente interessantes a esses públicos, nesta categoria estão incluídas informações sobre ferramentas e recursos que podem ser empregados nos processos de editoração e redação científica, bem como sobre cursos, serviços, *softwares* e oportunidades de trabalho. Além disso, a categoria inclui um cartum compartilhado na comunidade que retrata de forma humorística o cotidiano do editor científico.

Na imagem, é possível ver um cão rasgando uma publicação com os dentes, enquanto duas pessoas observam e uma delas comenta que tem certeza de que o cão foi um editor em uma vida passada. Em relação à postagem, o Participante D fez o seguinte comentário: “ha, ha, ha... principalmente na semana de fechar o número!” (SIC). O comentário sugere que este participante, na possível condição de

editor científico, se identificou com a situação representada no cartum, comparando a atitude do cão com o sentimento que muitos editores têm na semana de fechar um novo número de periódico. O cartum pode ser visualizado na Figura 3.

Figura 3 – Cartum publicado na comunidade virtual SEER: OJS in Brazil.



Fonte: Stahler (2010).

Postagens com **informações sobre empresas, produtos e serviços** também foram identificadas e correspondem a 9% das informações compartilhadas. A maioria das postagens foi realizada pelo mesmo participante e de alguma forma possui relação com os interesses dos membros da comunidade. Os serviços divulgados incluem cursos e webconferências sobre customização de portais e revistas publicadas no SEER, normalização de documentos segundo a ABNT, bibliotecas digitais e o formato bibliográfico MARC 21.

As **informações sobre outros aspectos relativos à prática científica** incluem postagens que não se enquadram nas categorias anteriores, mas trazem informações sobre outros elementos que afetam e são afetados pela pesquisa científica. Nesta categoria, estão incluídas postagens com informações sobre fomento a atividades e instituições de pesquisa, a produção científica de

determinados países e sobre aspectos éticos envolvidos no desenvolvimento e na divulgação dos resultados de pesquisa. Estas informações equivalem a 8% das postagens de compartilhamento da informação.

Diversamente das informações compartilhadas – que abrangem diferentes aspectos da prática e da comunicação científica – as **informações buscadas** na comunidade possuem em comum o fato estarem diretamente relacionadas com o SEER/OJS. Foram identificadas apenas seis postagens de busca de informação durante o trabalho de campo. Na categoria, estão incluídas informações sobre configurações e atualizações do sistema; solicitações de auxílio para resolução de problemas no acesso e atualização do SEER; sugestões de serviços de hospedagem de *sites*; sugestões de logotipos para revistas científicas e indicações de profissionais que prestem auxílio na elaboração de logotipos.

O comportamento de busca da informação pode ser compreendido como a procura de informações com o propósito de se atingir um objetivo (WILSON, 2000). Nesse sentido, pode-se depreender que as **motivações dos participantes** para a realização das buscas estão diretamente relacionadas com os objetivos que pretendem atingir. Partindo dessa premissa, a análise das postagens revelou que entre os objetivos que levaram os participantes a buscar informações na comunidade estão:

- a) a necessidade de atualização do Sistema;
- b) a resolução de possíveis problemas na atualização de uma versão do SEER;
- c) a necessidade de alterar configurações do Sistema;
- d) problemas para acessar o Sistema como administrador;
- e) a necessidade de um serviço de hospedagem de *sites* para o SEER;
- f) a comemoração do aniversário de uma revista científica, que levou à busca de sugestões de um logotipo comemorativo.

O uso da informação é uma etapa posterior à busca e diz respeito ao emprego da informação obtida para a resolução de um problema ou para se atingir um determinado objetivo. Nesse sentido, os objetivos que motivaram a busca e o uso da informação pelos participantes da comunidade são basicamente os mesmos. No contexto das comunidades virtuais e *sites* de redes sociais, o compartilhamento

da informação é um tipo de comportamento que muitas vezes não revela as motivações de seu responsável. No caso da comunidade virtual SEER: OJS in Brazil, as motivações dos participantes para o compartilhamento da informação não foram identificadas, mas é possível deduzir, em função dos tipos de informação compartilhados, que um dos objetivos do compartilhamento de informações na comunidade é manter os membros informados sobre os assuntos relacionados ao tópico de interesse.

Em relação aos **papéis desempenhados pelos participantes** nos fluxos de informação da comunidade, a análise dos dados revelou que apenas 19 participantes – o equivalente a 3,81% dos membros da comunidade no início de abril de 2015 – tiveram algum tipo de participação na comunidade, seja publicando postagens ou fazendo comentários sobre as postagens realizadas. Entre os participantes que publicaram na comunidade, 17 usaram perfis pessoais enquanto outros dois fizeram suas postagens por meio de perfis institucionais. O Participante E foi considerado um dos **nós ativos** da comunidade, pois publicou 47,9% das postagens realizadas durante o trabalho de campo (34 postagens). Segundo Aguiar (2006), os nós ativos são representados por aqueles indivíduos que com frequência compartilham informações em uma determinada rede social. Todas as postagens realizadas pelo Participante E foram todas classificadas na categoria compartilhamento da informação, corroborando a afirmativa anterior.

O Participante F também desempenhou um papel significativo nos fluxos de informação da comunidade. Ao todo, este participante realizou 11 postagens, o que corresponde a 15,5% do total. Todas as postagens foram classificadas como compartilhamento da informação e tinham por objetivo **divulgar eventos profissionais** dos quais o Participante F foi organizador. Após a data de realização dos eventos, este participante não publicou mais na comunidade. Dessa forma, pode-se considerar que o comportamento informacional do Participante F foi motivado pela necessidade de divulgar os eventos sob a sua responsabilidade e que o espaço da comunidade serviu a esse propósito em um dado momento. Em sentido amplo, o comportamento do participante em questão indica um dos possíveis usos da comunidade virtual SEER: OJS in Brazil.

Em torno de 7% das postagens realizadas foram da autoria do Participante G. As postagens compartilhadas por este participante traziam, em sua maioria, **informações sobre serviços** gratuitos oferecidos por uma determinada empresa.

Embora na descrição do grupo esteja explícito que a comunidade não faz propaganda de nenhum tipo de produto ou serviço com fins comerciais, o comportamento informacional do Participante G revelou que, durante certo período, a comunidade foi utilizada para o compartilhamento de informações sobre serviços e, em última análise, sobre uma determinada marca. Nesse caso, a realização das postagens pode ser justificada pela gratuidade dos serviços divulgados e por sua potencial relevância para os membros da comunidade.

O Participante C realizou apenas quatro postagens classificadas como de compartilhamento da informação, mas foi o participante mais ativo em termos de comentários. Dos sete comentários realizados, seis foram em resposta a buscas de informação na comunidade. As informações prestadas pelo participante incluíram indicações de empresas prestadoras de serviços e **informações técnicas sobre o SEER/OJS**. Pela atuação do Participante C e pelo conteúdo dos comentários realizados, pode-se considerá-lo como um dos **especialistas** da comunidade. Os especialistas são descritos como participantes que contribuem para os propósitos de uma rede através de seus conhecimentos e experiências (AGUIAR, 2006). Durante o trabalho de campo, o Participante C foi responsável pelo atendimento de boa parte das necessidades de informação apresentadas.

A comunidade virtual SEER: OJS in Brazil também é utilizada para compartilhamento de **informações sobre a produção científica** de seus membros. No trabalho de campo, foi possível observar que o Participante H usou o espaço da comunidade para divulgar dois trabalhos de sua autoria sobre o sistema de avaliação de periódicos científicos adotado no Brasil – o Qualis. Além de divulgar seu próprio trabalho, o Participante H contribuiu com os propósitos da comunidade disponibilizando conteúdo relevante aos demais participantes. Uma das buscas de informação descritas anteriormente também foi realizada por este participante, demonstrando que sua atuação não se limita ao compartilhamento de informações. Outros 14 participantes também publicaram informações na comunidade, porém de uma maneira menos expressiva. Por fim, alguns participantes tiveram uma participação mais discreta, apenas “curtindo” as postagens e comentários realizados.

O uso efetivo das informações compartilhadas na comunidade não foi identificado em função do caráter observacional do estudo. Para realizar um mapeamento desse tipo, seria necessária uma intervenção mais direta do

pesquisador por meio da aplicação de questionários ou da realização de entrevistas com os participantes. O que é possível deduzir a partir das postagens analisadas é que as informações obtidas pelos participantes em suas buscas de informação podem auxiliar na resolução dos problemas informacionais que geraram as buscas, mas o uso real das informações não pode ser determinado.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito principal do presente estudo foi demonstrar como os comportamentos de busca, uso e compartilhamento da informação se manifestam na comunidade virtual SEER: OJS in Brazil. Ao término do trabalho, constatou-se que o compartilhamento da informação é o comportamento informacional predominante na comunidade e que as informações compartilhadas são relativas aos diferentes aspectos da prática científica, com maior ênfase na temática periódicos científicos.

O comportamento da busca da informação também foi observado, porém de forma menos frequente. Uma característica importante das informações buscadas na comunidade é que praticamente todas eram relacionadas ao SEER. Assim, se por um lado a comunidade virtual SEER: OJS in Brazil tem sido usada para a divulgação de diferentes tipos de informação no âmbito da prática e da comunicação científica, por outro lado os participantes veem a comunidade como um “lugar” onde podem obter informações que serão úteis em seu trabalho com o Sistema.

O comportamento de uso da informação não foi mapeado em função da técnica de coleta de dados empregada. Embora os comentários realizados nas buscas de informação possam sugerir possíveis usos das informações obtidas, o emprego real dessas informações, bem como das informações compartilhadas espontaneamente na comunidade, não pôde ser captado por meio da técnica de observação. Em estudos futuros, sugere-se o uso de outras técnicas como a aplicação de questionários e a realização de entrevistas a fim de identificar como os participantes de comunidades virtuais, a exemplo da comunidade virtual SEER: OJS in Brazil, usam as informações buscadas e/ou compartilhadas nesses espaços.

A participação dos membros da comunidade nos fluxos de informação é outro elemento que merece destaque. Durante o estudo, foi possível observar que alguns participantes foram mais intensos no compartilhamento da informação, caracterizando-se como nós ativos na perspectiva das redes sociais. Um dos participantes apresentou um comportamento que pode ser chamado de suporte informacional às buscas de informação. Sua participação deu-se no sentido de compartilhar conhecimentos gerais ou sobre especificações técnicas do SEER com outros participantes, o que pode caracterizá-lo como um dos especialistas da comunidade. Apesar de alguns membros contribuírem para o alcance dos propósitos

da comunidade, constatou-se que o número de pessoas que a utilizam para o intercâmbio de informações ainda é pequeno em relação ao número total de membros.

Em relação ao método de pesquisa empregado, uma das principais diferenças percebidas entre a etnografia e a netnografia é a questão do tempo. Enquanto na etnografia o pesquisador precisa estar presente e atendo a cada detalhe sob o risco de perder um momento significativo, em netnografia os dados coletados continuam à disposição do pesquisador por tempo suficiente para que ele os acesse novamente, extraindo as informações consideradas pertinentes à sua análise. Kozinets (2014) denomina essa característica da netnografia de arquivamento. Além da relativa facilidade para a coleta de dados, a netnografia mostra-se um método de pesquisa relevante para o estudo dos problemas informacionais influenciados pelo uso disseminado das TIC.

Cabe à Ciência da Informação, enquanto disciplina com viés tecnológico e social, aderir às ferramentas metodológicas disponíveis e, mais do que isso, reconhecer o papel que as TIC, as comunidades virtuais e outros elementos que formam o ciberespaço desempenham no comportamento informacional contemporâneo, alterando a forma como os indivíduos buscam, usam e compartilham a informação em suas atividades cotidianas. Por fim, espera-se que este trabalho sirva como um dos pontos de partida para a realização de futuros estudos que explorem outras facetas do comportamento informacional em comunidades virtuais, nos *sites* de redes sociais e na própria *Web*.



## REFERÊNCIAS

- AGHAEI, Sareh; NEMATBAKSHI, Mohammad Ali; FARSANI, Hadi Khosravi. Evolution of the World Wide Web: from Web 1.0 to Web 4.0. **International Journal of Web & Semantic Technology**, v. 3, n. 1, p. 1-10, jan. 2012. Disponível em: <<http://airccse.org/journal/ijwest/papers/3112ijwest01.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2014.
- AGUIAR, Sonia. **Redes sociais e tecnologias digitais de comunicação e informação**: relatório final de pesquisa. Rio de Janeiro: Nupef-Rits, 2006. Disponível em: <[http://www.nupez.org.br/sites/default/files/rel\\_nupez\\_redes\\_2006.pdf](http://www.nupez.org.br/sites/default/files/rel_nupez_redes_2006.pdf)>. Acesso em: 8 jan. 2015.
- AGUIRRE BAZTÁN, Ángel. Etnografía. In: \_\_\_\_\_ (Ed.). **Etnografía: metodología cualitativa en la investigación sociocultural**. Barcelona: Marcombo, c1995. cap. 1.
- ALARCÓN, María; LORENZO, Carlota. Diferencias entre usuarios y no usuarios de redes sociales virtuales en la Web 2.0. **Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento**, ano 9, n. 2, p. 31-49, maio/ago. 2012. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82323417003>>. Acesso em: 7 jan. 2015.
- ALVES, Alessandra; BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Influências e barreiras ao compartilhamento da informação: uma perspectiva teórica. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 39, n. 2, p. 115-128, maio/ago. 2010. Disponível em: <<http://ref.scielo.org/wf4mfq>>. Acesso em: 12 dez. 2014.
- AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, n. 20, p. 34-40, dez. 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/veritas/ojs/index.php/famecos/article/view/4829/3687>>. Acesso em: 16 out. 2014.
- ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- AZEVEDO, Marco Antônio de. Informação e interpretação: uma leitura teórico-metodológica. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 122-133, jul./dez. 2004. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/354/163>>. Acesso em: 13 abr. 2014.
- BARABÁSI, Albert-László. **Linked (conectado): a nova ciência dos networks**. São Paulo: Leopardo, c2009.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, c1977.
- BARRETO, Aldo Albuquerque. O tempo e o espaço da Ciência da Informação. **TransInformação**, Campinas, v. 14, n. 1, p. 17-24, jan./jun. 2002.
- BERNERS-LEE, T. **Information management: a proposal**. 1989/1990. Disponível em: <<http://www.w3.org/pub/WWW/History/1989/proposal.html>>. Acesso em: 5 out. 2014.

BRAGA, Adriana. Usos e consumo de meios digitais entre participantes de *weblogs*: uma proposta metodológica. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPOS, 16., 2007, Curitiba. **Anais...** Curitiba: COMPOS, 2007. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_162.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_162.pdf)>. Acesso em: 24 out. 2014.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília, DF, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 5 jan. 2015.

BRAVO, H. **La Web 3.0 añade significado**. 2007. Disponível em: <[http://www.crdasesores.com/\\_Contenido/noticias/PDF/0711\\_la\\_web.pdf](http://www.crdasesores.com/_Contenido/noticias/PDF/0711_la_web.pdf)>. Acesso em: 5 out. 2014.

BURNETT, Gary. Information exchange in virtual communities: a typology. **Information Research**: an international electronic journal, United Kingdom, v. 5, n. 4, jul. 2000. Disponível em: <<http://www.informationr.net/ir/5-4/paper82.html>>. Acesso em: 16 maio 2015.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v. 1).

CHOO, Chun Wei. Como ficamos sabendo: um modelo de uso da informação. In: \_\_\_\_\_. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Senac, 2003. cap. 2.

CIRIBELI, João Paulo; PAIVA, Victor Hugo Pereira. Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 13, n. 12, p. 58-74, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/509/504>>. Acesso em: 11 jan. 2014.

CORRÊA, Cynthia Harumy Watanabe. **Interação social da comunidade científica no ciberespaço**: estudo da lista de discussão ABRH-Gestão. 2005. 120 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação)-Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

CRIPPA, Giulia; CARVALHO, Larissa Akabochi de. A mediação da informação através da comunidade virtual Anobii: um estudo de caso. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 17, n. 35, p. 97-120, set./dez. 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2012v17n35p97/23584>>. Acesso em: 27 out. 2014.

CRUZ, Ruleandson do Carmo. Redes sociais virtuais: premissas teóricas ao estudo em ciência da informação. **TransInformação**, Campinas, v. 22, n. 3, p. 255-272, set./dez. 2010. Disponível em: <<http://periodicos.puccampinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/499/479>>. Acesso em: 16 jan. 2015.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. Cultura e comportamento em relação à informação. In: \_\_\_\_\_. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998. cap. 6.

DERTOZOS, Michael L. **O que será**: como o novo mundo da informação transformará nossas vidas. São Paulo; Companhia das Letras, 1997.

ENTENDA o enigma das pontes de Königsberg que instigou a geometria. 2011. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/globociencia/noticia/2011/12/entenda-o-enigma-das-pontes-de-konigsberg-que-instigou-geometria.html>>. Acesso em: 21 dez. 2014.

FACEBOOK. **Facebook reports fourth quarter and full year 2014 results**. Menlo Park, 2015a. Disponível em: <<http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=893395>>. Acesso em: 3 fev. 2015.

FACEBOOK. **Noções básicas de grupo**. 2015b. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/162866443847527/>>. Acesso em: 7 fev. 2015.

FACEBOOK. **Quais são as opções de privacidade dos grupos?** 2015c. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/220336891328465>>. Acesso em: 7 fev. 2015.

FACEBOOK. **Recursos para grupos**. 2015d. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/265435626889287/>>. Acesso em: 7 fev. 2015.

FACEBOOK. **Sobre**. 2015e. Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/ibictseer/>>. Acesso em: 10 fev. 2015.

FERREIRA, Gonçalo Costa. Redes sociais de informação: uma história e um estudo de caso. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.16, n.3, p.208-231, jul./set. 2011. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/1149/918>>. Acesso em: 18 dez. 2014.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 167-203. (Coleção Cibercultura).

GALEANA DE LA O, Lourdes. Web 2.0 Plataforma para una nueva organización social. **Trabajo Social UNAM**, Ciudad de México, n. 1, p. 165-175, dez. 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.unam.mx/index.php/ents/article/viewFile/23887/22466>>. Acesso em: 3 out. 2014.

GASQUE, Kelley Cristine Dias; COSTA, Sely Maria de Souza. Evolução teórico-metodológica dos estudos de comportamento informacional de usuários. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 39, n. 1, p. 21-32, jan./abr. 2010. Disponível em: <<http://ref.scielo.org/2xt4hx>>. Acesso em: 9 dez. 2014.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009. (Coleção Pesquisa Qualitativa).

GÓMEZ PELLÓN, Eloy. La evolución del concepto de etnografía. In: AGUIRRE BAZTÁN, Ángel (Ed.). **Etnografía: metodología cualitativa en la investigación sociocultural**. Barcelona: Marcombo, c1995. cap. 2.

GONZÁLEZ TERUEL, Aurora. **Los estudios de necesidades y usos de la información: fundamentos y perspectivas actuales**. Gijón: Trea, c2005.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da informação**. 2. ed. Brasília, DF: Brique de Lemos/Livros, 2004.

LE MOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2010. (Coleção Cibercultura).

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2000.

MÁRDERO ARELLANO, Miguel Ángel; FERREIRA, Sueli Mara Soares Pinto; CAREGNATO, Sonia Elisa. Editoração eletrônica de revistas científicas com suporte do Protocolo OAI. In: FERREIRA, Sueli Mara Soares Pinto; TARGINO, Maria das Graças (Org.). **Preparação de revistas científicas: teoria e prática**. São Paulo: Reichmann & Autores, 2005. cap 7.

MARTÍNEZ-SILVEIRA, Martha; ODDONE, Nanci. Necessidades e comportamento informacional: conceituação e modelos. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 36, n. 2, p. 118-127, maio/ago. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v36n2/12.pdf>>. Acesso em: 9 dez. 2014.

MEADOWS, A. J. **A comunicação científica**. Brasília, DF: Brique de Lemos/Livros, 1999.

OLIVEIRA, Marlene. Origens e evolução da Ciência da Informação. In: \_\_\_\_\_ (Coord.). **Ciência da informação e biblioteconomia: novos conteúdos e espaços de atuação**. Belo Horizonte: UFMG, 2005. cap. 1.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software**. 2005. Disponível em: <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 5 out. 2014

PETTIGREW, Karen E.; FIDEL, Raya; BRUCE, Harry. Conceptual framework in information behavior. **Annual Review of Information Science and Technology**, Medford, v. 35, p. 43-78, 2001. Disponível em: <<http://faculty.washington.edu/FidelR/RayaPubs/ConceptualFrameworks.pdf>>. Acesso em: 9 dez. 2014.

PINTO, Virginia Bentes *et al.* Netnografia: uma abordagem para estudos de usuários no ciberespaço. In: CONGRESSO NACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS, ARQUIVISTAS E DOCUMENTALISTAS, 9., 2007, Açores. **Anais...** Lisboa: APBAD, 2007. Disponível em: <<http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/582/418>>. Acesso em: 27 out. 2014.

PRADO, José Luiz Aidar. O que significa fazer hoje a crítica das práticas midiáticas? In: \_\_\_\_\_ (Org.). **Crítica das práticas midiáticas**: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker, 2002. p. 7-13.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós**, Belo Horizonte, v. 9, p. 1-21, ago. 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/153>>. Acesso em: 4 out. 2014.

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

REBS, Rebeca Recuero; ZAGO, Gabriela da Silva. Redes sociais integradas e difusão de informações: compreendendo a circulação da informação em *social games*. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 17, n. 2, p. 181-195, jul./dez. 2011. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/21910>>. Acesso em: 5 jan. 2015.

RHEINGOLD, Howard. **The virtual community**. 2. ed. c1998. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book/>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

REZENDE, Afonsina Maria Guersoni. Hipertexto: tramas e trilhas de um conceito contemporâneo. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 10, n. 1, p. 1-12, 2000. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/340/262>>. Acesso em: 20 set. 2014.

RIBEIRO, José Carlos S. Um breve olhar sobre a sociabilidade no ciberespaço. In: LEMOS, André; PALACIOS, Marcos (Org.). **Janelas do ciberespaço**: comunicação e cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2001. p. 138-150.

SÁ, Simone Pereira de. Netnografias nas redes digitais. In: PRADO, José Luiz Aidar (Org.). **Crítica das práticas midiáticas**: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker, 2002. p. 147-164.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTOS, Plácida Leopoldina Ventura Amorim da Costa; ALVES, Rachel Cristina Vesú. Metadados e Web Semântica para a estruturação da Web 2.0 e Web 3.0. **DataGramZero**: Revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, v. 10, n. 6, dez. 2009. Disponível em: <[http://www.dgz.org.br/dez09/F\\_I\\_art.htm](http://www.dgz.org.br/dez09/F_I_art.htm)>. Acesso em: 28 set. 2014.

SANZ CASADO, E. **Manual de estudios de usuarios**. Madrid: Fundación Germán Sanchez Ruipérez, 1994.

STAHLER, Jeff. **[Sem título]**. c2010. 1 cartum, color. Disponível em: <<http://magic1online.com/NewBlog/StahlerDogEdit.gif>>. Acesso em: 17 maio 2015.

TAJRA, Sanmya Feitosa. **Comunidades virtuais**: um fenômeno na Sociedade do Conhecimento. São Paulo: Érica, 2002.

WILSON, T. D. Human information behaviour. **Informing Science Research**, v. 3, n. 2, p. 49-55, 2000. Disponível em: <<https://www.ischool.utexas.edu/~i385e/readings/Wilson.pdf>>. Acesso em: 9 dez. 2014.

WILSON, T. D. On user studies and information needs. **Journal of Documentation**, London, v. 37, n. 1, p. 3-15, mar. 1981. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1108/eb026702>>. Acesso em: 12 dez. 2014.

WILSON, T. D. Information sharing: an exploration of the literature and some propositions. **Information Research**: an international electronic journal, United Kingdom, v. 15, n. 4, dez. 2010. Disponível em: <<http://www.informationr.net/ir/15-4/paper440.html>>. Acesso em: 12 dez. 2014.

WORLD WIDE WEB FOUNDATION. **Sir Tim Berners-Lee**: Web inventor and Founding Director of the World Wide Web Foundation. c2014. Disponível em: <<https://webfoundation.org/about/sir-tim-berners-lee/>>. Acesso em: 21 set. 2014.

XIA, David Z. Marketing library services through Facebook groups. **Library Management**, Bradford, v. 30, n. 6-7, p. 469-478, 2009. Disponível em: <<http://dx.doi.org.ez45.periodicos.capes.gov.br/10.1108/01435120910982159>>. Acesso em: 7 fev. 2015.