



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
Centro de Ciências da Educação
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA



Eduarda Bodaneze de Oliveira

**FERRAMENTAS COLABORATIVAS DA WEB:
um perfil de uso dos estudantes da Ciência da Informação da
Universidade Federal de Santa Catarina**

Florianópolis
2012

EDUARDA BODANEZE DE OLIVEIRA

**FERRAMENTAS COLABORATIVAS DA WEB:
um perfil de uso dos estudantes da Ciência da Informação da
Universidade Federal de Santa Catarina**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Biblioteconomia, do Centro de Ciências da Educação da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia, sob orientação do Prof. Dr. Moisés Lima Dutra.

Florianópolis
2012

Ficha Catalográfica elaborada por Eduarda Bodaneze de Oliveira, acadêmica do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal de Santa Catarina.

O48f Oliveira, Eduarda Bodaneze de
Ferramentas colaborativas da Web: um perfil de uso dos estudantes da
Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina / Eduarda
Bodaneze de Oliveira – Florianópolis, 2012.
74 f. : il. ; 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Moisés Lima Dutra.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Centro de
Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis,
2012.

1. Tecnologias Web. 2. Web 2.0. I. Título.

Esta obra é licenciada por uma licença *Creative Commons* de atribuição, de uso não comercial e de compartilhamento pela mesma licença 2.5



Você pode:

- copiar, distribuir, exibir e executar a obra;
- criar obras derivadas.

Sob as seguintes condições:

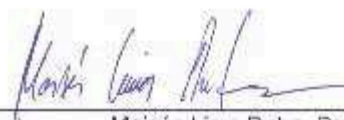
- Atribuição. Você deve dar crédito ao autor original.
- Uso não-comercial. Você não pode utilizar esta obra com finalidades comerciais.
- Compartilhamento pela mesma licença. Se você alterar, transformar ou criar outra obra com base nesta, somente poderá distribuir a obra resultante com uma licença idêntica a esta.

Acadêmica: Eduarda Bodaneze de Oliveira

Título: Ferramentas colaborativas da Web: um perfil de uso dos estudantes da
Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Graduação em Biblioteconomia,
do Centro de Ciências da Educação da
Universidade Federal de Santa Catarina,
como requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Biblioteconomia, aprovado com
nota 10

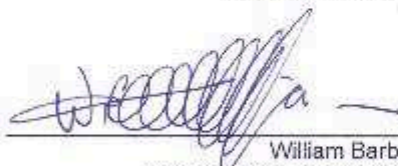
Florianópolis, 18 de dezembro de 2012.



Moisés Lima Dutra, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina
Professor Orientador



Márcio Matias, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina
Membro da Banca Examinadora



William Barbosa Vianna, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina
Membro da Banca Examinadora

Dedico este trabalho aos meus pais,
como forma de agradecer pela educação
e bom exemplo que sempre me deram.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais e toda minha família, pelo incentivo e suporte constantes.

Ao professor Moisés Lima Dutra, pelo apoio e orientação no desenvolvimento deste trabalho.

À professora Rosângela Schwarz Rodrigues, por ter sido, lá no início, tão adorável e prestativa.

Aos demais professores do departamento de Ciência da Informação, pelas contribuições ao longo da graduação.

À bibliotecária Andréa Figueiredo Leão Grants, pelo apoio durante os quase dois anos de estágio no Portal de Periódicos da UFSC.

Aos meus colegas de turma, pelo companheirismo nestes quatro anos. Foi ótimo conhecer todos vocês.

Em especial, à minha amiga Manuela Fonseca, a melhor amiga de faculdade que eu poderia ter.

Ao Bruno, pela ajuda na tabulação dos dados, pela companhia, paciência e compreensão e por ter conquistado comigo tantos objetivos nestes últimos anos.

A todos os outros amigos e colegas que me ajudaram de alguma forma nestes quatro anos. Muito obrigada!

A rede é a mensagem.
(Manuel Castells)

RESUMO

OLIVEIRA, Eduarda Bodaneze de. **Ferramentas colaborativas da Web: um perfil de uso dos estudantes da Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina.** 2012. 74 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2012.

Nas últimas décadas, puderam-se verificar enormes mudanças nas relações sociais e grandes transformações nos sistemas de comunicação que tornaram mais rápidos os fluxos de informação por meio dos recursos da Internet. Neste contexto, surge, em 2004, o conceito de Web 2.0 (a Web colaborativa), com seus ideais de colaboração, interação e participação, trazendo consigo uma produção intensa de informação e a característica de organização em rede. Este trabalho caracteriza o uso de ferramentas colaborativas da Web pelos alunos do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina. Os objetivos específicos buscam caracterizar o perfil dos estudantes como usuários destas ferramentas, identificar suas áreas de interesse, indicar as ferramentas mais utilizadas e as principais finalidades de uso das redes sociais Facebook, Twitter e LinkedIn. Para tanto, utilizou-se de questionário objetivo como instrumento de coleta de dados de uma amostra de 113 alunos. Os dados foram analisados por meio de estatística simples e os resultados da pesquisa definiram um perfil dos estudantes de Ciência da Informação e indicaram assuntos, áreas de interesse e ferramentas utilizadas pelo público-alvo da pesquisa. Concluiu-se que há um grande potencial de troca de informações e difusão de conhecimentos através das tecnologias Web. As ferramentas em questão são vistas pelos respondentes como de grande utilidade, tanto para funções pessoais e de relacionamento quanto para interesses acadêmicos e profissionais.

Palavras-chave: Ferramentas colaborativas. Tecnologias Web. Web 2.0. Ciência da Informação.

ABSTRACT

OLIVEIRA, Eduarda Bodaneze de. **Ferramentas colaborativas da Web: um perfil de uso dos estudantes da Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina.** 2012. 74 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2012.

During the last decades, it has been noticed quite a lot of changes in social relations and communication systems, which have made information flows move faster through the Internet resources. In this context, the concept of Web 2.0 (collaborative Web) comes up proposing new ways of collaborating, interacting and participating, which enable huge amounts of information to be managed by networked organizations. This work addresses the use of collaborative Web tools by the students of the Federal University of Santa Catarina (UFSC), Information Science Department. This work's specific objectives aim to describe the profile of UFSC students as users of Web 2.0 tools, by identifying their subjects of interest, and by indicating the most used tools, along with the motivation for using the social networks Facebook, Twitter, and LinkedIn. To accomplish this purpose, we have used an objective questionnaire as an instrument for data gathering from a sample of 113 students. The collected data have been analyzed by the use of simple statistics, and the obtained results have shown us a typical profile for UFSC students that points out to their subjects of interest and the tools that are most frequently used by them. We could thus conclude that there is a great potential for the exchange of information and dissemination of knowledge through Web technologies. Finally, we could find out that Web tools are seen by the research subjects as being extremely useful, not only for personal and relationship purposes, but also for academic and professional interests as well.

Keywords: Collaborative tools. Web technologies. Web 2.0. Information Science.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Tela do navegador NCSA Mosaic	18
Figura 2: Tela do navegador Netscape	19
Figura 3: Tela do navegador Internet Explorer 1.0	20
Figura 4: Tela do navegador Internet Explorer 6	20
Figura 5: Comparação de ferramentas da Web 1.0 e Web 2.0	22
Figura 6: Modelos de publicação de conteúdo na Web 1.0 e Web 2.0	23
Figura 7: Tela do navegador Google Chrome	23
Figura 8: Tela do navegador Internet Explorer 10	24
Figura 9: Nuvem de <i>tags</i>	26
Figura 10: Criando um novo blog no Blogger	31
Figura 11: Página inicial do site de redes sociais Facebook	33
Figura 12: Perfil de Mark Zuckerberg no site de redes sociais Facebook	33
Figura 13: Tela da página inicial da Wikipedia	35
Figura 14: Tela da página inicial do YouTube	36
Figura 15: Tela da página inicial do SlideShare	37
Figura 16: Tela da página inicial do site Delicious	38
Figura 17: Tela do fórum Guia do Hardware	39
Figura 18: Tela com a relação de documentos no GoogleDrive/GoogleDocs ..	40

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Distribuição da formação acadêmica da amostra	48
Gráfico 2: Distribuição da faixa etária da amostra.....	49
Gráfico 3: Distribuição da faixa etária por curso	50
Gráfico 4: Distribuição do tempo de uso/dia.....	51
Gráfico 5: Distribuição por local e forma de acesso	52
Gráfico 6: Participação em debates	52
Gráfico 7: Comportamento da amostra nas redes sociais.....	54
Gráfico 8: Assuntos de interesse.....	55
Gráfico 9: Assuntos de interesse por curso.....	57
Gráfico 10: Utilização das ferramentas.....	60
Gráfico 11: Utilização das ferramentas por curso.....	61
Gráfico 12: Finalidades de uso do Facebook	62
Gráfico 13: Finalidades de uso do Twitter	63
Gráfico 14: Finalidades de uso do LinkedIn	64

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.2 Objetivo geral	14
1.3 Objetivos específicos.....	14
1.4 Estrutura do texto	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1 World Wide Web.....	16
2.1.1 Histórico: da Web 1.0 à Web 2.0.....	17
2.1.2 Web 2.0 em detalhes.....	25
2.1.3 A Internet no Brasil.....	27
2.2 Ferramentas colaborativas da Web.....	29
2.3 Cibercultura	41
3 METODOLOGIA.....	44
3.1 Caracterização do estudo.....	44
3.2 Coleta, tratamento e análise de dados	45
4 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS	48
4.1 Perfil da amostra	48
4.2 Assuntos e áreas de interesse	54
4.3 Ferramentas	58
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
REFERÊNCIAS	68
APÊNDICE A – Questionário	72

1 INTRODUÇÃO

A interação humana é assunto exaustivamente tratado no âmbito acadêmico. Porém, considerando que a Internet teve sua difusão e expansão a partir dos anos 90, a análise e estudo das ferramentas Web como suporte à troca de informações é um tema relativamente novo dentro das ciências sociais aplicadas. Este desafiador cenário globalizado nos direciona à análise das mudanças na difusão deste conhecimento.

Nas últimas décadas, puderam-se verificar mudanças nas relações sociais e transformações nos sistemas de comunicação que tornaram mais rápidos os fluxos de informação por meio dos recursos da Internet, incorporando a tecnologia à vida das pessoas.

O uso da Internet como meio de comunicação trouxe mudanças para o fluxo de informações gerado por esse sistema de redes, em especial quando se considera o aumento das conexões entre usuários com interesses em comum, o que ocasiona um expressivo acúmulo de conhecimento em diversas áreas. Um aspecto que contribui para este cenário, no Brasil em especial, é a inclusão digital, que aumenta um número já alto de usuários dessa rede e, por esse motivo, estimula o desenvolvimento de interações.

No entanto, a influência da Internet vai além do número de usuários: diz respeito à qualidade do uso. De acordo com Castells (2003), atividades econômicas, sociais, políticas e culturais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela Internet e em torno dela. Percebemos, cada vez mais, que o fenômeno da Internet e as transformações tecnológicas como um todo modificaram o funcionamento da sociedade. Estas mudanças são perceptíveis principalmente em termos de cultura, relacionamentos e comunicação.

Neste contexto, surge, em 2004, o conceito de Web 2.0, com seus ideais de colaboração, interação e participação, trazendo consigo uma produção intensa de informação e a característica de organização em rede. Uma rede é um conjunto de nós interconectados: sua formação é uma prática muito antiga, mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação energizadas pela Internet (CASTELLS, 2003).

A Web segue o modelo de comunicação muitos para muitos, em que muitas pessoas produzem conteúdos que serão consumidos por outros que, em determinado momento, se comportarão também como produtores de conteúdo. Este comportamento torna mais rápido o fluxo das informações e quase impossível demarcar precisamente as fronteiras da Web 2.0 (O'REILLY, 2005). Enquanto que, nos primeiros anos da história da Web, os sites eram considerados unidades isoladas, apresentam-se agora como uma estrutura integrada de funcionalidades e conteúdos. O'Reilly (2005) enfatiza a passagem da ênfase da publicação para a participação, utilizando todo o potencial da inteligência coletiva.

Tendo em vista os aspectos da sociedade na qual se insere a Ciência da Informação atualmente, foi considerado relevante discutir questão das tecnologias e ferramentas colaborativas da Web, seus conceitos, características, definições e consequências, além da utilização das ferramentas Web pelos estudantes de Ciência da Informação. Sabemos que a Internet não somente possibilita novas formas de troca de informação entre os usuários, mas também promove o debate e a colaboração, disponibilizando grande quantidade e variedade de conteúdos e motivando o usuário a posicionar-se a respeito.

1.2 Objetivo geral

O presente estudo tem como objetivo geral descrever o perfil dos estudantes da área de Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e o uso que estes fazem das ferramentas colaborativas da Web.

1.3 Objetivos específicos

Delimitam-se os seguintes objetivos específicos:

- Caracterizar o perfil do estudante de Ciência da Informação da UFSC, como usuário de ferramentas colaborativas da Web, de acordo com sua produção e compartilhamento de conteúdo;
- Identificar assuntos e áreas de interesse no que diz respeito à busca de informações na Web pelo público-alvo da pesquisa;
- Indicar as ferramentas colaborativas da Web mais utilizadas e as utilizadas com maior frequência pelos graduandos em Biblioteconomia e Arquivologia e mestrandos em Ciência da Informação da UFSC;
- Verificar as principais finalidades para as quais o público-alvo utiliza os sites de redes sociais Facebook, Twitter e LinkedIn.

1.4 Estrutura do texto

Este trabalho é um estudo baseado na revisão e análise de literatura da área de Ciência e Tecnologia da Informação e na coleta e análise de dados quantitativos por meio de questionário objetivo. O Capítulo 1, Introdução, apresenta a contextualização do tema, a justificativa, os objetivos e a estrutura do trabalho. O Capítulo 2 contém o referencial teórico, incluindo questões relevantes para a compreensão do tema da pesquisa, além de apresentar a *World Wide Web* e seu histórico, a Web 2.0, a Internet no Brasil, as ferramentas colaborativas da Web e o conceito de Cibercultura.

No Capítulo 3 são descritos os procedimentos metodológicos. O Capítulo 4 apresenta os resultados da pesquisa, que se dividem na descrição do perfil da amostra, distribuição dos assuntos e áreas de interesse e identificação e caracterização das ferramentas utilizadas pelos respondentes. O Capítulo 5 contém as considerações finais. Por fim, as referências bibliográficas e um apêndice que contém o questionário objetivo utilizado na coleta de dados do trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 World Wide Web

A World Wide Web, também conhecida como Web, ou simplesmente WWW, é

um gigantesco acervo universal de páginas, documentos, dados, aplicações e serviços interligados por meio da rede mundial de computadores, disponibilizado às pessoas de qualquer lugar do globo, a qualquer momento e por diversos dispositivos, desde computadores até aparelhos móveis, como telefones celulares (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2010, p. 43).

A Web, portanto, é uma via de acesso a informações por meio da Internet. Utiliza o protocolo HTTP para transmitir informações disponíveis em páginas (*home pages*, *sites* ou *sítios*), acessadas por meio de navegadores e ligadas umas às outras por *hiperlinks*.

Este acervo pode reunir diversos tipos de conteúdos digitais. Segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil¹ (2010), a Web disponibiliza desde páginas de hipertextos até arquivos no formato de imagens, figuras, sons, vídeos e códigos de programação. Todo arquivo disponível na Web é identificado por um endereço único e exclusivo, chamado URL – abreviação de *Uniform Resource Locator* – que indica onde se localiza o arquivo digital na Web, e cada um destes acervos é identificado por um nome ou domínio, comumente conhecido por Website, *sítio* ou *site* (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2010). É importante destacar que a Web, segundo os autores, embora tenha ampla utilização, é apenas uma parte da rede, uma aplicação: os nomes de domínios também têm sua organização própria e estão estruturados globalmente e em níveis hierárquicos.

Os domínios de primeiro nível são chamados de TLDs, acrônimo de *Top Level Domains*; existem diversos tipos, por exemplo o “.net”, o “.com”, “.org”, entre outros. Os domínios que identificam um determinado país de origem, como o .br, são chamados de código de país ou *Country Code*. Assim, o .br é um *Country Code Top Level Domain* – ccTLD, o domínio de primeiro nível do Brasil. Para o nosso caso brasileiro, abaixo desse domínio de primeiro nível existem outros níveis, como o “.gov.br”, o “.com.br”, o “.org.br”. Somente

¹ Disponível em: <www.cgi.br>. Acesso em: 20 out. 2012.

abaixo desses domínios, e seguindo esse esquema hierárquico, os diversos domínios são registrados e criados, por exemplo o domínio “governoeletronico.gov.br” (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2010, p. 43-44).

O hipertexto é um dos paradigmas básicos da Web. De acordo com Cecconi (2012 p. 55-56), ele possibilita vínculos entre páginas e permite acessos a conteúdos relacionados, referências ou qualquer outro vínculo contextual, ou não, que o autor desejou apontar ao conteúdo publicado. Sinteticamente, segundo o autor, isso é a Web: um sistema de hipertexto. Porém, o que não pode ser mensurado é sua capacidade de cooperação, colaboração e associação. Esta dimensão deu à Web seu principal valor: o social (CECCONI, 2012).

As trocas de informações e a comunicação têm mudado drasticamente desde que chegamos à Era da Web. Nestes últimos anos, a sociedade presenciou a tendência, cada vez maior, de utilização da Internet como forma de comunicação, devido à sua instantaneidade e relativo baixo custo.

2.1.1 Histórico: da Web 1.0 à Web 2.0

A World Wide Web, que em português pode ser traduzida como “rede de alcance mundial”, foi desenvolvida pelo programador inglês Tim Berners-Lee, em colaboração com o cientista da computação belga Robert Cailliau, e teve seu lançamento em 1991. Castells (2003, p. 18) explica que Berners-Lee teve, é claro, a vantagem de que a Internet já existia, encontrando apoio nela e materializando o que antes eram apenas utopias. Ele implementou o software que permitia obter e acrescentar informação de e para qualquer computador conectado à Internet e, em colaboração com Cailliau, construiu um programa navegador e chamou este sistema de hipertexto de World Wide Web.

A primeira geração da Web teve como principal atributo a grande quantidade de informações disponíveis. Coutinho e Bottentuit Junior (2007, p. 199) explicam que, apesar disso, o papel do utilizador nesses cenários era o de mero espectador da ação que se passava na página que visitava, não tendo autorização para alterar ou editar seu conteúdo. Nesta primeira fase, ainda segundo os autores, surgiram os serviços disponibilizados através da rede

(como o comércio eletrônico, por exemplo), criando-se assim novos empregos e nichos econômicos. Entretanto, a maior parte destes serviços eram pagos e controlados por meio de licenças, ou seja, só poderia ter acesso a eles quem detivesse poder de compra.

Abaixo, na Figura 1, uma tela do navegador NCSA Mosaic, ou Mosaic. Este navegador ficou conhecido como aquele que abriu a Web para o público em geral. Foi desenvolvido em 1992, lançado em 1993 e descontinuado em 1997.

Figura 1: Tela do navegador NCSA Mosaic



Fonte: Wikipedia²

Na Figura 2, uma tela do navegador Netscape, lançado em 1994, baseado no Mosaic (Figura 1).

² Disponível em: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Mosaic_\(web_browser\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Mosaic_(web_browser))>. Acesso em: 24 out. 2012.

Figura 2: Tela do navegador Netscape



Fonte: Wikipedia³

Nesta fase, os sites da Web não apresentavam atualizações constantes de conteúdo e não eram interativos, pois, por mais que os usuários pudessem visitá-los, não podiam contribuir ou modificar seu conteúdo – por vezes, nem mesmo expressar sua opinião a respeito. Mesmo assim, a chamada Web 1.0 trouxe grandes avanços no que diz respeito ao acesso à informação e ao conhecimento. A filosofia que estava por detrás do conceito da rede global foi sempre de construção de “um espaço aberto a todos, ou seja, sem um ‘dono’ ou indivíduo que controlasse o acesso ou o conteúdo publicado” (COUTINHO; BOTTENTUIT JUNIOR, 2007, p. 199).

Na sequência, uma tela do navegador Internet Explorer 1.0, lançado em 1995.

³ Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Netscape_Navigator>. Acesso em: 24 out. 2012.

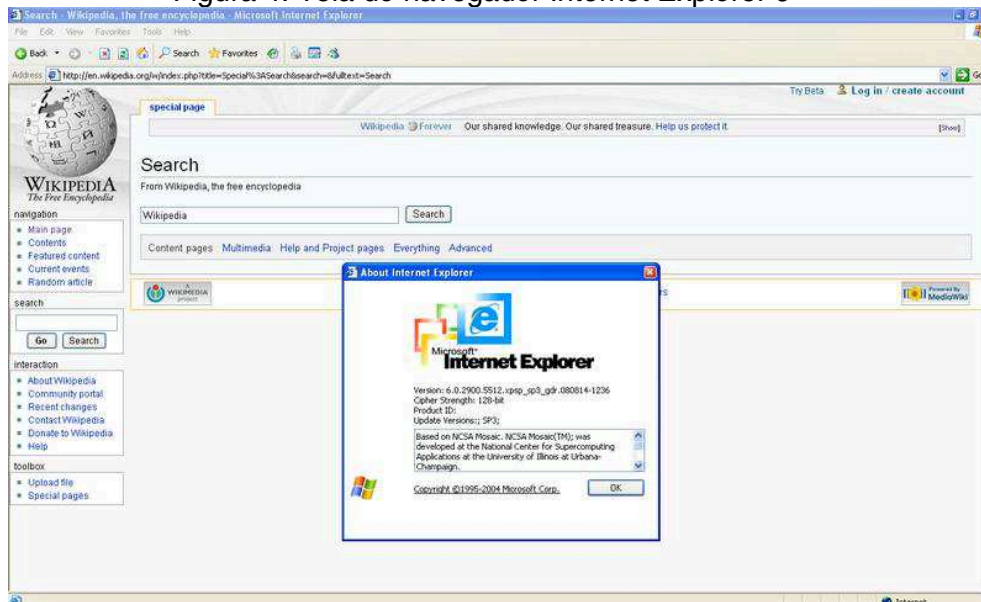
Figura 3: Tela do navegador Internet Explorer 1.0



Fonte: Wikipedia⁴

Abaixo, na Figura 4, uma tela da versão 6 do Internet Explorer, lançado em 2001 e substituído em 2006 pelo Internet Explorer 7.

Figura 4: Tela do navegador Internet Explorer 6



Fonte: Wikipedia⁵

⁴ Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_Explorer_1>. Acesso em: 24 out. 2012.

O termo Web 2.0 foi difundido em 2004 durante uma conferência de *brainstorming*, liderada pela empresa O'Reilly Media. A ideia da Web 2.0 é baseada no princípio da “Web como plataforma”, na qual desenvolvem-se aplicativos que aproveitam os efeitos de rede para se tornarem melhores conforme são usados pelas pessoas, aproveitando-se da inteligência coletiva dos usuários e confiando nestes como co-desenvolvedores. Levy (1998) define inteligência coletiva como uma inteligência distribuída por toda parte, valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências. Sua base, segundo o autor, são o reconhecimento e enriquecimento mútuo entre as pessoas.

A Web 2.0 surge como ambiente em que cooperação e participação são um fenômeno social: os participantes produzem e distribuem conteúdo com base em uma cultura de comunicação aberta, em que se reconhece a ampla liberdade de compartilhar e reutilizar conteúdo e onde, finalmente, não existem uma autoridade e um controle centralizados, mas uma inteligência coletiva não controlada (ROCHA; PEREIRA, 2010, p. 73).

Na Figura 5, O'Reilly compara algumas ferramentas e abordagens de cada fase da Web. A transição Britannica Online -> Wikipedia representa, por exemplo, a participação dos usuários na construção dos conteúdos. A transição *directories (taxonomy)* -> *tagging (“folksonomy”)* representa a participação dos usuários na organização destes conteúdos, o que ocorre também na utilização da ferramenta Flickr⁶. Podem-se verificar algumas tendências, sendo a principal o aproveitamento da inteligência coletiva.

⁵ Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_Explorer_6>. Acesso em: 24 out. 2012.

⁶ <<https://www.flickr.com>>.

Figura 5: Comparação de ferramentas da Web 1.0 e Web 2.0

<i>Web 1.0</i>		<i>Web 2.0</i>
DoubleClick	-->	Google AdSense
Ofoto	-->	Flickr
Akamai	-->	BitTorrent
mp3.com	-->	Napster
Britannica Online	-->	Wikipedia
personal websites	-->	blogging
evite	-->	upcoming.org and EVDB
domain name speculation	-->	search engine optimization
page views	-->	cost per click
screen scraping	-->	web services
publishing	-->	participation
content management systems	-->	wikis
directories (taxonomy)	-->	tagging ("folksonomy")
stickiness	-->	syndication

Fonte: O'Reilly (2005)

Abaixo, na Figura 6, é apresentada uma comparação entre os modelos de publicação de conteúdo na Web 1.0 e na Web 2.0. Num primeiro momento, seria possível apenas ao Webmaster, ou desenvolvedor da página, publicar conteúdos, enquanto que, na Web 2.0, aquele que administra/desenvolve o site não é necessariamente quem cria o conteúdo do mesmo, já que seus leitores também podem criar e disponibilizar conteúdos por meio de colaboração.

Figura 6: Modelos de publicação de conteúdo na Web 1.0 e Web 2.0



Fonte: Cozic (2007)⁷

A Figura 7 mostra a tela do navegador Google Chrome, lançado em 2008. Em setembro do mesmo ano, o Google lançou uma parte do código-fonte deste navegador como um projeto de código aberto chamado Chromium.

Figura 7: Tela do navegador Google Chrome



Fonte: Wikipedia⁸

⁷ Disponível em: <<http://blog.cozic.fr/le-Web20-illustre-en-une-seule-image>>. Acesso em: 10 nov. 2012.

Na Web 2.0, os softwares online passam a ser entendidos como serviços, e são criados com o auxílio dos próprios usuários de acordo com suas necessidades (GARCIA, 2009, p. 27). Ainda de acordo com Garcia (2009, p. 28), a Web 2.0 proporciona livre acesso remoto aos recursos informacionais tecnológicos, uma vez que suas plataformas não são mais centradas em máquinas. Possui como ideal a utilização de todos os recursos de forma democrática, possibilitando ao indivíduo opinar, criar e trocar informações.

Figura 8: Tela do navegador Internet Explorer 10



Fonte: Wikipedia⁹

A Figura 8 apresenta a tela da versão atual do programa Internet Explorer, lançada em 2012.

⁸ Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome>. Acesso em: 24 out. 2012.

⁹ Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_Explorer_10>. Acesso em: 24 out. 2012.

2.1.2 Web 2.0 em detalhes

Na definição de O'Reilly (2005), Web 2.0 significa um conjunto de princípios e práticas que formam um sistema solar de sites que demonstram alguns ou todos estes princípios, a uma distância que varia do núcleo. O'Reilly observou que a Web era mais importante que nunca, com novas aplicações surgindo com regularidade surpreendente, e, além disso, observou que as empresas que sobreviveram ao colapso das “pontocom”¹⁰ tinham algumas coisas em comum.

O Google foi citado por O'Reilly como o melhor exemplo da “Web como plataforma”, pois fornece serviços cujo uso é pago, direta ou indiretamente, por seus clientes. Sem fazer lançamentos programados, ou licenciamentos e vendas, o Google desenvolve melhoria contínua e oferece apenas o uso do serviço.

Outro princípio, extremamente importante para o sucesso das empresas nascidas na Web 1.0 que sobreviveram para liderar a era da Web 2.0, é o aproveitamento da inteligência coletiva. À medida que os usuários adicionam novos conteúdos, estes são vinculados por *hiperlinks*, formando uma estrutura de teia, semelhante às sinapses no cérebro, com associações mais fortes devido às repetições ou intensidades (O'REILLY, 2005). O maior exemplo é a Wikipedia, uma enciclopédia online baseada na noção até então improvável de que um verbete poderia ser adicionado ou editado por qualquer usuário da Web. O'Reilly cita também o Flickr e o Del.icio.us¹¹, dois sites pioneiros no uso da folksonomia, um estilo de categorização colaborativa que usa de palavras-chave escolhidas livremente. A folksonomia é resultado de uma indexação livre do próprio usuário do recurso dentro de um ambiente compartilhado, em que o mesmo atribui um conceito por meio de etiquetas, por vezes chamadas de *tags*, objetivando a recuperação da informação posteriormente. De acordo com Primo (2007), em vez do cadastramento padronizado de informações, os usuários podem registrar quaisquer palavras que julgarem ser associadas a um determinado objeto. A ideia é a atribuição de significados usando linguagem

¹⁰ Mais informações em: <<http://www.brasile scola.com/informatica/bolha-dos-anos-2000.htm>>. Acesso em: 10 nov. 2012.

¹¹ <<https://www.delicious.com>>.

natural, em detrimento da utilização de linguagens controladas, padrões taxonômicos ou políticas de indexação.

Figura 9: Nuvem de tags



Fonte: adaptado de Wikipedia¹²

O terceiro importante princípio observado é o do fim do ciclo de lançamento de software. Conforme explicado por O'Reilly (2005), uma das características definidoras de software na era da Internet é que ele é entregue como um serviço e não como um produto. Este fato conduz a diversas mudanças no modelo de negócios de uma empresa deste tipo: os usuários devem ser tratados como co-desenvolvedores – em um reflexo das práticas de desenvolvimento de código aberto – mesmo que o software em questão não seja lançado sob licença *open source*. Não são feitos lançamentos de software: faz-se uso do conceito de melhoria contínua, sem que haja uma versão final e definitiva para o produto. As mudanças vão ocorrendo com frequência e assim os serviços vão se aperfeiçoando.

Pode-se observar que não houve uma grande inovação tecnológica em relação àquela que dava suporte a uma possível Web 1.0. A grande diferença, na verdade, segundo Santos e Cypriano (2011), é a atitude dos usuários. Tarefas como criar um blog ou publicar um vídeo tornaram-se muito simples:

¹² Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0>. Acesso em: 10 nov. 2012.

nenhuma competência particular é exigida para executá-las. E assim que criado, o blog pode atrair colaboração de quem quer que se sinta interessado pelas questões tratadas.

As tecnologias se dissimulam quase que exatamente na mesma proporção que as dificuldades de utilização diminuem. O software que produz o blog está disponível para quem queira se servir dele; é gratuito e de utilização intuitiva. O serviço de compartilhamento de vídeos recebe qualquer material que envolva imagens em movimento, as interdições de conteúdo sendo muito reduzidas; o autor envia o material de seu próprio computador, mesmo não tendo nenhum conhecimento técnico sobre o processo de envio. Por outras palavras, a Web 2.0 é uma plataforma, isto é, um ambiente computacional cuja infraestrutura tecnológica é capaz de assegurar a facilidade de integração dos diversos elementos que compõem essa infraestrutura (SANTOS; CYPRIANO, 2011, p. 10).

Esta simplificação da plataforma tornou-a muito atraente para a participação dos indivíduos, ao mesmo tempo em que o aumento da largura de banda da Internet tornou possível a troca de conteúdos cada vez mais ricos. Abertura e colaboração são duas palavras-chave no que refere ao funcionamento da Web como plataforma (SANTOS, CYPRIANO, 2011). São os princípios de compartilhamento, melhoria contínua e aproveitamento da inteligência coletiva que impulsionam o crescimento e evolução da Web não como um mundo virtual, mas como uma “virtualidade real integrada a outras formas de interação em uma vida cotidiana cada vez mais híbrida” (CASTELLS, 1999, p. XIV).

2.1.3 A Internet no Brasil

A Web e a Internet como um todo, no Brasil, têm sido adotadas de forma cada vez mais rápida e intensa como parte essencial do cotidiano, provocando transformações nos hábitos da população em diferentes campos da vida. Os governos e organizações públicas e privadas também incorporaram a Internet em seus processos organizacionais, na busca de novas possibilidades para cumprir com suas missões, gerando impactos sociais, culturais e econômicos (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2012).

Os resultados da pesquisa TIC Domicílios 2011¹³ realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil retratam um avanço expressivo da presença das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) nos lares brasileiros e de seu uso pela população, principalmente no que diz respeito às tecnologias móveis, como celulares, notebooks e modems 3G. O estudo mostra que algumas das políticas recentemente implementadas pelo Governo Federal, como o Plano Nacional de Banda Larga e a criação de laboratórios de informática no âmbito do Programa Nacional de Tecnologia Educacional (Proinfo), tendem a contribuir para a efetiva inclusão digital da parcela da população brasileira ainda sem acesso à Internet.

Os resultados também revelam que, apesar do avanço significativo, os desafios para que o país se coloque em um patamar condizente com a riqueza que produz ainda são grandes. De acordo com os indicadores da União Internacional das Telecomunicações (UIT), órgão da Organização das Nações Unidas (ONU) que investiga o uso das TIC no mundo, a proporção de domicílios com computador no Brasil está abaixo da média de países americanos e europeus – tanto no que se refere à posse do equipamento e ao acesso à Internet nos domicílios, quanto ao seu uso pelos cidadãos (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2012, p. 32). Foram identificados alguns dados relevantes coletados e analisados na pesquisa TIC domicílios 2011.

Nesta pesquisa, verificou-se um crescimento da penetração de computadores e de acesso à Internet nos domicílios brasileiros. A posse dos equipamentos foi indicada em 45% dos domicílios. Já o acesso à Internet alcançou 38% dos domicílios brasileiros. Identificou-se também uma forte tendência à mobilidade no Brasil pelo aumento do acesso à Internet por banda larga móvel, pela crescente participação dos computadores portáteis e também pelo alto índice de telefones celulares. O acesso à Internet pelo celular cresceu 12%.

Em 2011, destacou-se o crescimento dos indicadores de comércio eletrônico. Além do aumento significativo da busca por informações relacionadas a produtos e serviços online, realizada por 59% das pessoas que já utilizaram a Internet, cresceu também a proporção de indivíduos que

¹³ Disponível em: <<http://op.ceptro.br/cgi-bin/cetic/tic-domicilios-e-empresas-2011.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2012.

realizaram compras pela Internet. O principal local de acesso à internet é o domicílio, e a proporção de usuários de *lan houses* apresentou queda (6%), apesar de ainda ser de grande relevância para a inclusão digital no Brasil.

Apesar da presença crescente de computadores e do acesso à Internet, nota-se uma grande disparidade nas proporções por região geográfica, área urbana e rural, assim como classe social e renda familiar.

Nas últimas décadas, o Brasil experimentou um crescimento econômico e desenvolvimento social que permitiram alcançar a posição de sexta economia do mundo. Segundo a pesquisa, esta evolução traz indicadores sociodemográficos mais favoráveis, mas ainda persistem desigualdades internas, sobretudo regionais, que se refletem nas disparidades do acesso às TIC no país. Os resultados apresentam um avanço expressivo da presença das tecnologias de informação e comunicação nos lares brasileiros, principalmente no que diz respeito às tecnologias móveis.

De acordo com o Comitê Gestor da Internet no Brasil (2012), os desafios para reduzir as diferenças regionais na disponibilidade e acesso às novas tecnologias ainda são grandes. A universalização da banda larga, a aquisição de competências para o uso efetivo das tecnologias pelos cidadãos brasileiros, bem como pelas organizações e pelo próprio governo, são elementos fundamentais para um desenvolvimento econômico social e sustentável.

2.2 Ferramentas colaborativas da Web

A base da Web 2.0 não está alicerçada essencialmente em tecnologia, mas nas pessoas, no conteúdo e acesso a informações produzidas e compartilhadas (NEUBERT, 2010, p. 38). De acordo com Garcia (2009, p. 36-37), a Web 2.0 possibilita a interação por meio de ferramentas que não demandam conhecimento prévio sobre linguagens informáticas, permite que as páginas da Web modifiquem sua estrutura e tornem-se dinâmicas e, aos usuários, permite expor o conhecimento próprio, interagindo com outros usuários, obtendo novas perspectivas que, combinadas a outras informações, constroem o conhecimento coletivo. Considera-se que a troca de informação entre atores é uma forma de democratizar o conhecimento.

Estas ferramentas, cujo uso não requer conhecimento prévio sobre programação, tornam o processo de comunicação na Web mais dinâmico. De acordo com Neubert (2010, p. 38), as ferramentas disponibilizadas envolvem conhecimentos e avanços tecnológicos, mas não exigem de seus usuários este conhecimento de programação para tornar possível seu uso. O foco destas ferramentas está na formação de redes sociais, no compartilhamento e uso da informação e no processo coletivo de organização da informação na Web (PRIMO, 2007).

A seguir, apresenta-se uma relação das principais ferramentas colaborativas da Web 2.0, sejam elas ferramentas que promovam interação tempo a tempo ou em tempos diferentes. Por meio destas ferramentas é que são oferecidos os serviços na Web.

a) Blogs

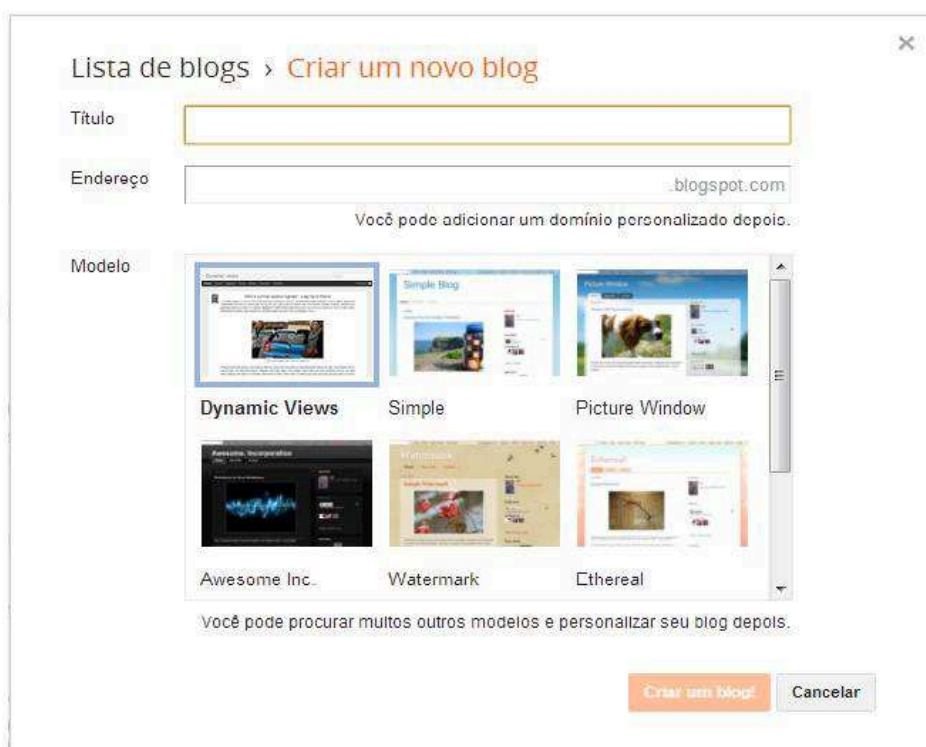
Weblogs ou blogs são páginas Web de fácil criação, inicialmente utilizadas como diário, para publicação de informações, opiniões e ideias, que disponibilizam espaço para comentários dos leitores. Nestas páginas, os conteúdos publicados recentemente ficam em primeiro lugar, obedecendo a uma ordem cronológica invertida.

Os blogs são personalizados pelo autor/autores e podem conter textos, imagens, vídeos, ferramentas de busca, links para outros blogs, estatísticas de acesso, nuvem de *tags* e outros recursos (GALDO, 2010, p. 46). Segundo Garcia (2009, p. 42), os blogs possuem como vertentes os flogs (fotos), os vlogs (vídeos), os audioblogs, para postagens de áudio, e os microblogs, variação de blog com limites de tamanho de postagem.

De acordo com Neubert (2010), os blogs se popularizaram rapidamente por alguns motivos: possibilitam a criação de páginas Web de modo simples e rápido, possibilitam a organização do conteúdo conforme a intenção do usuário – além da ordenação cronológica, é possível atribuir *tags* de assuntos às publicações, criando listas de assuntos, seções ou colunas – e permitem que usuários comentem e interajam com o conteúdo disponibilizado.

A disseminação prática dos blogs ocorreu quando da criação dos primeiros aplicativos e serviços para este fim, como o Blogger¹⁴, do Google (PONTES; CASTRO FILHO, 2011) e o WordPress¹⁵. Segundo os autores, o funcionamento dos blogs, como a ferramenta de comentários, incentiva a interação entre os usuários, diferenciando o ato de “blogar” do ato de “navegar”, já que, ao blogar, o usuário traça um percurso de leitura próprio. Porém, para que isto realmente aconteça, é necessário que *blogar* seja “uma ação coletiva e construída de complexificação e transformação da rede hipertextual pela ação de blogueiros e leitores, que terminam por participar também como autores” (PRIMO; RECUERO, 2003, p. 4).

Figura 10: Criando um novo blog no Blogger



Fonte: a autora

A Figura 10 mostra claramente a facilidade de se criar um blog usando uma das ferramentas mais populares, o Blogger. Basta possuir uma conta do Google para ter acesso à tela em que são solicitadas apenas duas

¹⁴ <<https://www.blogger.com>>.

¹⁵ <<http://wordpress.org>>.

informações: título do blog e endereço URL – que precisa estar disponível. As etapas de customização da página ocorrem posteriormente.

b) Sites de redes sociais

Uma rede é definida como um conjunto de nós conectados por arestas, ou seja, é definida como o conjunto de dois elementos: atores e suas conexões (RECUERO, 2007). Portanto, para tratarmos de redes sociais na Internet, compreendemos a estrutura dos atores e suas conexões sociais como traduzidas pelas ferramentas da comunicação mediada por computador. Ou seja: são espaços utilizados para expressão das redes sociais na Internet (RECUERO, 2009, p. 102). Visam, de acordo com Garcia (2009, p. 49), conectar as pessoas por meio de ferramentas de comunicação, podendo ser utilizadas por organizações como forma de divulgação de seus serviços.

Sites de redes sociais foram definidos por Boyd e Ellison (2007), como serviços baseados na Web que permitem:

- i) a construção de um perfil ou página pessoal;
- ii) a interação com outros usuários com quem se compartilha uma conexão; e
- iii) a exposição pública da rede social de cada ator.

Recuero (2009) divide em dois grupos os sites de redes sociais: sites de redes sociais propriamente ditos e sites de redes sociais apropriados. Segundo a autora, os sites de redes sociais propriamente ditos são aqueles que compreendem a categoria dos sistemas focados na exposição das redes conectadas aos atores, ou seja, cujo propósito está relacionado à publicização dessas redes. É o caso do Facebook¹⁶ e do LinkedIn¹⁷, cujas finalidades de uso serão analisadas posteriormente. Já os sites de redes sociais apropriados são aqueles sistemas que não eram, originalmente, voltados para mostrar redes sociais, mas que são apropriados pelos atores com este fim. É o caso do Twitter¹⁸ e dos blogs. São sistemas nos quais não há espaços específicos para

¹⁶ <<http://www.facebook.com>>.

¹⁷ <<http://www.linkedin.com>>.

¹⁸ <<http://twitter.com>>.

perfil e publicização de conexões, mas redes sociais podem ser construídas através de comentários e links.

Figura 11: Página inicial do site de redes sociais Facebook

The image shows the Facebook homepage from around 2012. At the top left is the Facebook logo. To the right are input fields for 'Email or Phone' and 'Password', with a 'Log In' button. Below these are checkboxes for 'Keep me logged in' and a link for 'Forgot your password?'. The main content area is split into two sections. On the left, there's a promotional banner for the mobile app with a smartphone icon and a 'Get Facebook Mobile' button. On the right, there's a 'Sign Up' form with the text 'It's free and always will be.' The form includes fields for 'First Name', 'Last Name', 'Your Email', 'Re-enter Email', and 'New Password'. Below these are dropdown menus for 'I am:' (with a 'Select Sex' label), 'Birthday:' (with 'Month', 'Day', and 'Year' dropdowns), and a 'Sign Up' button at the bottom. A small disclaimer and a link to 'Create a Page for a celebrity, band or business.' are also visible.

Fonte: a autora

Figura 12: Perfil de Mark Zuckerberg no site de redes sociais Facebook¹⁹

The image shows Mark Zuckerberg's Facebook profile page. At the top is the Facebook navigation bar with a search box. The profile header includes his name 'Mark Zuckerberg' and a list of his roles and locations: 'Founder and CEO at Facebook', 'Studied Computer Science at Harvard University', 'Lives in Palo Alto, California', 'From Dobbs Ferry, New York', 'Born on May 14, 1984', and 'Knows English, Mandarin Chinese'. Below the header is a 'Wall' section. Under 'RECENT ACTIVITY', there's a post from Mark Zuckerberg: 'Celebrating a billion people is very special to me. It's a moment to honor the people we serve.' This is followed by a video post titled 'The Things That Connect Us' with a play button icon and a description: 'We honor the everyday things that people make to get together and connect. Length: 1:30'. At the bottom of the video post, it shows 'Like · Share · October 4 at 10:28am ·' and statistics: '185,303 people like this.', '28,387 shares', and 'View all 110 comments'. On the left side of the profile, there's a sidebar menu with options: 'Wall', 'Info', 'Photos', 'Map', 'Subscribers (16m)', 'Likes (154)', 'Subscriptions', and 'Notes'.

Fonte: a autora

¹⁹ Disponível em: <<http://www.facebook.com/zuck>>. Acesso em: 31 out. 2012.

Atualmente, o site de rede social mais utilizado no Brasil²⁰ e no mundo²¹ é o Facebook, lançado em 2004. O Facebook foi fundado por Mark Zuckerberg juntamente com colegas da Universidade de Harvard e, em setembro de 2012, atingiu a marca de um bilhão de usuários ativos.

c) Wikis

Wikis são páginas Web nas quais os próprios usuários constroem o conteúdo. São uma espécie de enciclopédia livre, em que qualquer pessoa pode publicar, modificar e melhorar seu conteúdo. Wikis são, também, de acordo com Neubert (2010), uma das ferramentas Web mais polêmicas, pois evidenciam as questões relacionadas à confiabilidade das informações disponibilizadas, já que qualquer usuário pode alterar as informações da página. Garcia (2009, p. 44) destaca o fato de que os ambientes Wiki são considerados o tipo de ferramenta que de fato revolucionou a “maneira com a qual a Web interage com seus usuários”, devido à efetiva participação do usuário na melhoria do conteúdo. O exemplo mais conhecido de Wiki é a Wikipedia.

²⁰ Consulta realizada no mês de novembro de 2012 à pesquisa disponível em <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acesso em: 10 nov. 2012.

²¹ Consulta realizada no mês de novembro de 2012 à pesquisa disponível em <<http://www.alexa.com/topsites/global>>. Acesso em: 10 nov. 2012.

Figura 13: Tela da página inicial da Wikipedia



Fonte: a autora

A Wikipedia (Figura 13) é um projeto de enciclopédia multilíngue de Licença Livre conhecido mundialmente. Possui 19 milhões de artigos – 759 mil em português em novembro de 2012²² – escritos de forma colaborativa por usuários voluntários. Ocupa a posição de 6^a página Web com maior número de acessos no mundo²³ e 12^a no Brasil²⁴ em novembro de 2012.

d) Sites de compartilhamento de conteúdo

Sites de compartilhamento de conteúdo servem para armazenamento e publicação de apresentações, áudios e vídeos. São páginas que permitem, de acordo com Garcia (2009, p. 47), a criação de um perfil, inserção de arquivos e atribuição de comentários por outros usuários. Estas ferramentas permitem que

²² Fonte: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>>. Acesso em: 01 nov. 2012.

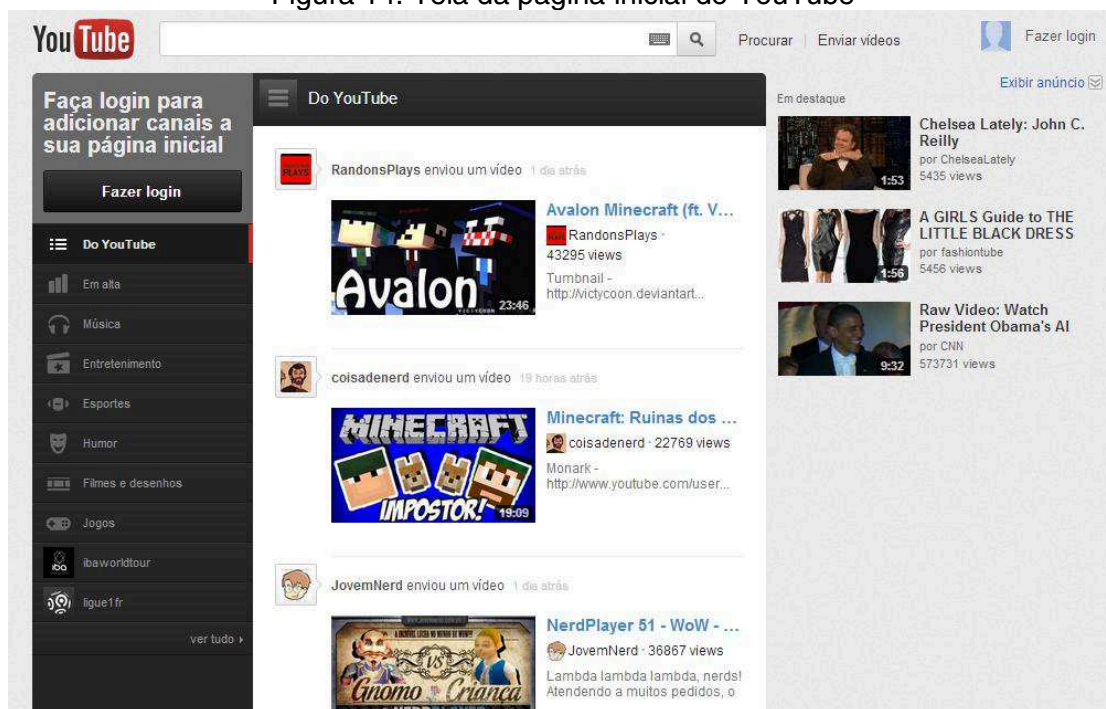
²³ Consulta realizada no mês de novembro de 2012 à pesquisa disponível em <<http://www.alexa.com/topsites/global>>. Acesso em: 01 nov. 2012.

²⁴ Consulta realizada no mês de novembro de 2012 à pesquisa disponível em <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acesso em: 01 nov. 2012

os usuários tornem disponíveis seus arquivos eletrônicos na rede e os organizem e indexem conforme seus critérios; também tornam possível que outros usuários tenham acesso a estes documentos, atribuam termos para descrição do mesmo e façam download do arquivo (NEUBERT, 2010).

De acordo com Garcia (2009, p. 47), os compartilhadores podem ser de diferentes tipos de arquivo, como imagens, vídeo, áudios, apresentações e documentos textuais. O Youtube²⁵ (Figura 14), por exemplo, é um site de compartilhamento de vídeos em que os usuários podem fazer *upload*, visualizar e compartilhar seus vídeos. Possui um acervo de conteúdo que inclui desde vídeos de filmes, música e TV até conteúdos amadores e vídeos originais. A maior parte deste conteúdo foi disponibilizado pelos próprios usuários.

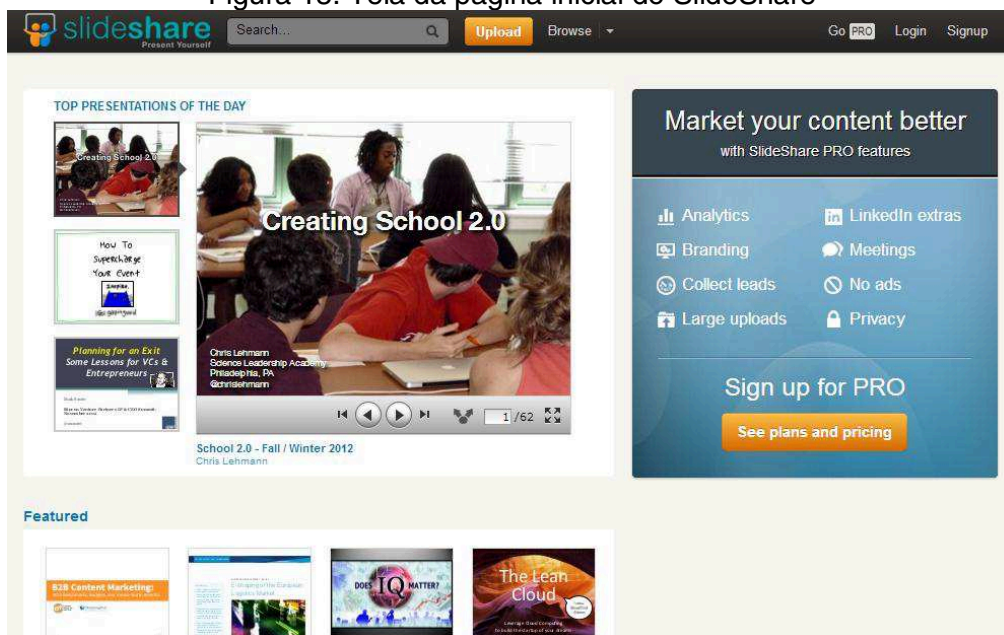
Figura 14: Tela da página inicial do YouTube



Fonte: a autora

²⁵ <<http://www.youtube.com>>.

Figura 15: Tela da página inicial do SlideShare



Fonte: a autora

O SlideShare²⁶, por sua vez, é um serviço de hospedagem e compartilhamento de apresentações lançado em 2006. Sua função é similar à do YouTube, entretanto, grande parte de seu uso é de cunho acadêmico.

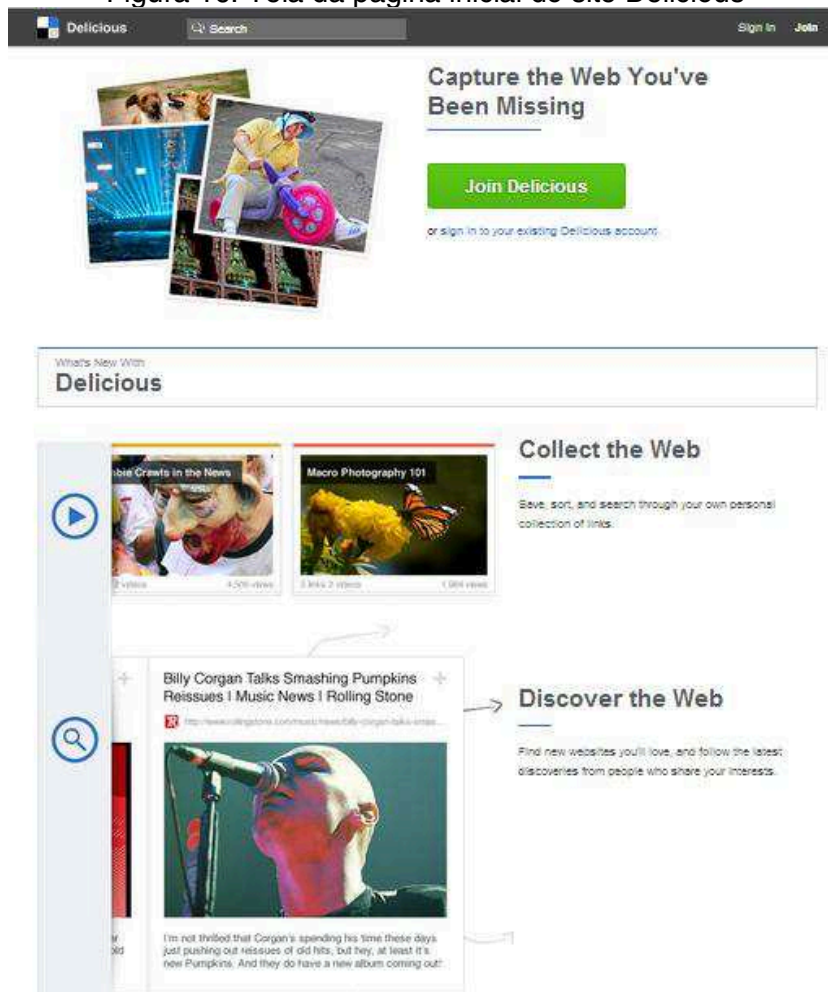
e) Social bookmarks

Social bookmarks são ferramentas para a organização de informações e posterior recuperação dos documentos eletrônicos. Os links que eram anteriormente salvos como favoritos em um computador podem ser incluídos em uma conta em um dos serviços de *bookmarks* oferecidos (MARCOS, 2009 apud NEUBERT, 2010). Pode-se realizar a organização de links de interesse pessoal, facilitando a navegação e realização de leituras. Porém, o que diferencia este serviço da mera listagem de apontadores em uma página é o processo de geração de metadados através da associação de *tags* (PRIMO, 2007, p. 3). O autor destaca que, utilizando as *tags*, em vez do cadastramento padronizado de informações como “autor” ou “ano de publicação”, os usuários, ao incluírem um novo link em sua lista pública de *bookmarks*, podem registrar quaisquer palavras que julgarem ser associadas a certo material.

²⁶ <<http://www.slideshare.net>>.

Este processo de descrição do conteúdo facilita a localização da informação, pois a categorização dos conteúdos é feita pelos próprios usuários que atribuem ao link as *tags* para descrição de conteúdo de acordo com seu próprio interesse e necessidade (NEUBERT, 2010). As *tags*, portanto, são utilizadas para facilitar o registro, descrevendo o conteúdo dos documentos e facilitando a sua recuperação.

Figura 16: Tela da página inicial do site Delicious



Fonte: a autora

O Delicious é um dos mais populares serviços de *social bookmarks* disponíveis. O site foi fundado em 2003 e utiliza este sistema de classificação em que os usuários podem “marcar” seus favoritos com termos escolhidos livremente (Figura 16).

f) Fóruns

Fóruns são ferramentas de interface simples concebidas para promover debates através de mensagens publicadas. Segundo Garcia (2009, p. 43-44), trata-se de um ambiente que proporciona inserção de questionamentos e permite que o diálogo permaneça para posterior consulta, além da possibilidade de inserção de tópicos com diferentes conteúdos. O fórum é frequentemente utilizado para serviços de FAQ (*Frequently Asked Questions*) e, como vantagem, possibilita que o usuário insira suas dúvidas e auxilie outras pessoas com seu conhecimento, ou seja, trata-se de um debate coletivo (GARCIA, 2009).

Abaixo, na Figura 17, é apresentado um exemplo de fórum de discussão.

Figura 17: Tela do fórum Guia do Hardware²⁷

Fórum	Última Mensagem	Tópicos	Mensagens
Administração			
Painel de Avisos Avisos de interesse geral Um canal de comunicação da Administração para usuários e visitantes. Aqui serão colocados avisos gerais, não sendo liberados comentários sobre os mesmos. Para tanto, por favor dirija-se à sala "Fale conosco: críticas e sugestões ao fórum".	Mudança no sistema de... por A Marcos 05-10-2012 17:25	21	26
Hardware			
Hardware Geral (325 Lendo) Nosso fórum principal. Problemas com hardware em geral, temperaturas, comparação de desempenho, compatibilidades de componentes etc.	PC Congelando Quando Entro em... por romulug Hoje 15:03	113.073	909.731
Overclocks, Tweaks e Eletrônica (50 Lendo) Este é o seu espaço para debater sobre overlocks, hard-tweaks, eletrônica, modchips e experimentos!	Quero fazer overclock e... por alokyfly Hoje 11:18	16.597	162.273
Placas 3D (46 Lendo) Dúvidas e informações sobre placas 3D: drivers, configurações, desempenho, acessórios e lançamentos.	Qual placa da Nvidia é... por eumim Hoje 14:07	32.745	331.695
Casemods e ferramentas (13 Lendo) Dicas de como personalizar gabinetes e outros componentes, onde comprar peças e ferramentas necessárias e muito mais.	Placa mãe da varios coolers? por Julligan Hoje 5:06	5.203	77.690
Notebooks e afins (97 Lendo) Tudo sobre Notebooks, Netbooks e equipamentos relacionados. Configuração, sugestões de marca, manutenção, dúvidas sobre bateria, conexões sem-fio, Bluetooth, infra-vermelho etc.	[Upgrade] Memória DDR2 por... por Riberovisk Hoje 14:42	14.052	89.089
PDAs, Câmeras, MP3 Players e novas tecnologias (5 Lendo) Sala destinada às questões envolvendo celulares, smartphones e tablets (dúvidas sobre aparelhos, configurações, procedimentos etc), além de questões de telefonia voltadas para o segmento.	Pendrive corrompido por Pangas Hoje 5:53	4.477	21.668
Telefonia, Celulares, Smartphones e Tablets (47 Lendo) Sala destinada para as questões envolvendo celulares, smartphones e tablets (dúvidas sobre aparelhos, configurações, procedimentos etc), além de questões de telefonia voltadas para o segmento.	Teclado para tablet por deffinne Hoje 7:09	5.423	34.067
Sugestões de compra (64 Lendo) Poste aqui sua primeira impressão sobre os componentes que já comprou ou peça a opinião de outros participantes. Qual é a melhor placa-mãe? Qual é o melhor custo-benefício entre os HDs? Quanto vale meu equipamento?	Novo PC Gamer - Até RS... por romulug Hoje 15:07	57.284	509.007
Drivers, BIOS, Firmwares e Manuais (127 Lendo) Dúvidas, indicações, aviso de novos drivers, firmwares, BIOS e manuais. Tudo relacionado à drivers para qualquer sistema operacional, BIOS e manuais de motherboards e firmwares diversos.	Tela azul após instalação de... por Luiz14.edu Hoje 13:29	20.441	106.409

Fonte: a autora

²⁷ Disponível em: <<http://www.hardware.com.br/comunidade>>. Acesso em: 11 nov. 2012.

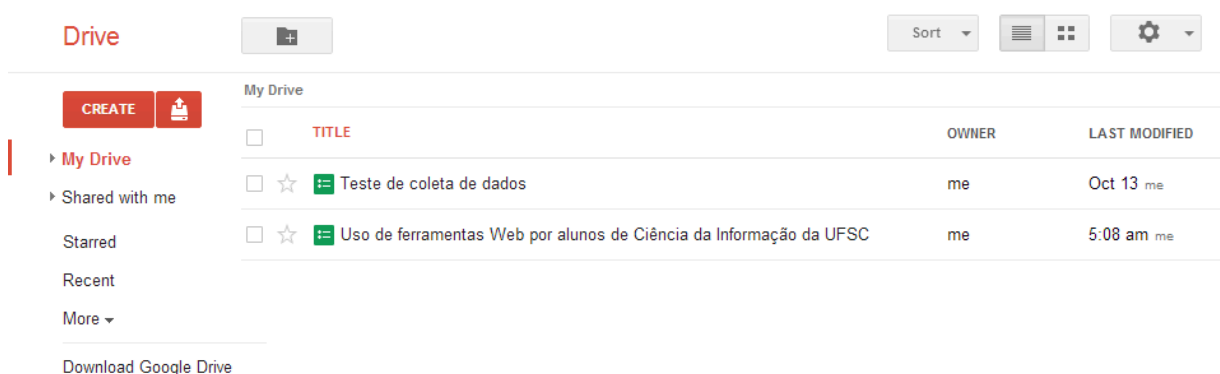
Os fóruns de discussão geralmente são organizados da seguinte forma: primeiro, uma divisão por assunto; após escolhido o assunto, há uma segunda divisão, essa por tópicos. Os tópicos ficam organizados obedecendo a uma ordem cronológica inversa.

g) Edição colaborativa de documentos

Algumas ferramentas permitem a criação, edição e formatação de documentos por várias pessoas em tempo real, utilizando computadores diferentes.

O GoogleDrive (Figura 18) é um serviço de armazenamento de arquivos e sincronização que segue a ideia da Web como plataforma, disponibilizando espaço (5GB gratuitos iniciais) para que os usuários hospedem seus arquivos e os acessem remotamente. Além do armazenamento, a ferramenta possibilita o compartilhamento dos arquivos com usuários específicos.

Figura 18: Tela com a relação de documentos no GoogleDrive/GoogleDocs



Fonte: a autora

O GoogleDocs, ferramenta Google incorporada em 2012 pelo GoogleDrive, permite processamento de texto, apresentações e planilhas num formato Web, assim como importação e exportação de arquivos do tipo .doc, .xls, .html, entre outros. É possível fazer o compartilhamento dos arquivos com um grupo específico de usuários, mediante envio de convites por e-mail, ou com qualquer pessoa, além da edição colaborativa e simultânea destes arquivos.

2.3 Cibercultura

A apropriação da capacidade de interconexão por redes sociais de todos os tipos levou à formação de comunidades online que reinventaram a sociedade e, nesse processo, expandiram a interconexão de computadores, em seu alcance e em seus usos (CASTELLS, 2003, p. 53). A cibercultura provém de um espaço de comunicação flexível: um ambiente em que as pessoas podem expressar, divulgar e produzir conhecimentos. A relação da comunicação no ciberespaço segue um modelo em que, pelo menos a princípio, todos podem emitir e receber informações sem nenhum tipo de barreira geográfica.

A cooperação é um dos pontos chave da cibercultura. De acordo com Levy (1999, p. 29), “o ciberespaço como suporte da inteligência coletiva é uma das principais condições de seu próprio desenvolvimento”. Além de tecnológico, o fenômeno também é social: a cibercultura amplia a utilização da Internet e de outras tecnologias, mas a questão está na aproximação entre as pessoas. Desta forma, há uma mudança no papel exercido pelo usuário, que, antes, era de mero receptor de informações, e, agora, passa a ser um produtor de conhecimentos, com a possibilidade de interagir com um universo de pessoas. Segundo Garcia (2009), a rede permite que as páginas modifiquem sua estrutura e tornem-se dinâmicas e aos usuários permite expor o conhecimento próprio, interagindo com outros usuários, obtendo novas perspectivas que combinadas a outras informações constroem o conhecimento coletivo.

A problemática da tecnologia e seu papel na sociedade atual tem sido discutida na literatura científica. A respeito do conceito de Sociedade da Informação, Werthein (2000, p. 71) explica que

A expressão “sociedade da informação” passou a ser utilizada, nos últimos anos deste século, como substituto para o conceito complexo de “sociedade pós-industrial” e como forma de transmitir o conteúdo específico do “novo paradigma técnico-econômico”.

A realidade que o conceito de sociedade da informação procura expressar, segundo Werthein (2000, p. 71-72), refere-se às transformações técnicas, organizacionais e administrativas que têm como fator-chave não mais

os insumos baratos de energia, como na sociedade industrial, mas os insumos baratos de informação propiciados pelos avanços tecnológicos. O autor explica que as transformações em direção à sociedade da informação constituem uma tendência dominante mesmo para economias menos industrializadas e definem um novo paradigma, o da tecnologia da informação, que expressa a essência da transformação tecnológica em suas relações com economia e sociedade.

Castells (1999, p. 108-109) caracteriza este modelo em alguns aspectos. A primeira característica é que a informação passa a ser sua matéria-prima, ou seja, são tecnologias para agir sobre a informação, e não o contrário, como foi o caso das revoluções tecnológicas anteriores. Em segundo lugar, o autor trata da penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias e da informação como parte integral de toda a atividade humana, o que resulta em processos diretamente moldados pelo meio tecnológico. A terceira característica refere-se à lógica de redes, presente em todo tipo de relação complexa e em qualquer sistema ou conjunto de relações, usando estas novas tecnologias da informação. Em quarto lugar, referente ao sistema de redes, o paradigma da tecnologia da informação é baseado na flexibilidade: não apenas os processos são reversíveis, mas organizações e instituições podem ser modificadas, e até mesmo fundamentalmente alteradas, pela reorganização de seus componentes. O que distingue a configuração do novo paradigma tecnológico é sua capacidade de reconfiguração, um aspecto decisivo em uma sociedade caracterizada por constante fluidez e mudança organizacional. Por último, Castells aponta como característica desta revolução tecnológica uma crescente convergência de tecnologias específicas para um sistema integrado de informações: as trajetórias de desenvolvimento tecnológico nas mais diversas áreas do saber tornam-se interligadas.

A informação neste contexto passa a ser insumo e produto. Conforme aponta Garcia (2009), as novas fontes de riqueza, baseadas em informação, conhecimento e relacionamento, são beneficiadas com as tecnologias.

O foco sobre a tecnologia pode incentivar uma visão ingênua de determinismo tecnológico segundo a qual “as transformações em direção à sociedade da informação resultam da tecnologia, seguem uma lógica técnica e, portanto, neutra, e estão fora da interferência de fatores sociais e políticos” (WERTHEIN, 2000, p. 72). Nada mais equivocado: o autor enfatiza que os

processos sociais e a transformação tecnológica resultam de uma interação complexa em que fatores sociais pré-existent afetam diretamente o avanço tecnológico e suas aplicações sociais.

Junto das transformações tecnológicas, surgiram mudanças substanciais à sociedade e sua maneira de comprar, consumir, comunicar, educar e informar. Não podemos falar da sociedade sem falar das suas ferramentas tecnológicas, mas sabemos que a sociedade é muito mais que isso. A revolução informacional tem a ver com a nossa “cultura de liberdade, inovação individual e iniciativa empreendedora” (CASTELLS, 1999, p. 43).

3 METODOLOGIA

A ciência tem como objetivo fundamental chegar à veracidade dos fatos. O que a distingue de outras formas de conhecimento, é que tem como característica fundamental a sua verificabilidade. Gil (1994, p. 27) explica que, para que um conhecimento possa ser considerado científico, torna-se necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitam a sua verificação, ou seja, determinar o método que possibilitou chegar a este conhecimento.

Pode-se definir método como “o caminho para se chegar a determinado fim” e método científico como “o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento” (GIL, 1994, p. 27).

3.1 Caracterização do estudo

A presente pesquisa classifica-se, na visão de Gil (2007, p. 42), com base em seus objetivos, como descritiva, por buscar descrever as características de determinada população ou fenômeno.

Com base nos procedimentos técnicos utilizados, classifica-se como bibliográfica, por desenvolver-se baseada em materiais já elaborados, e de levantamento, por tratar-se da interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer.

A pesquisa descritiva, na visão de Cervo, Bervian e Silva (2007), observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos sem manipulá-los. Além disso, busca descobrir, com a maior precisão possível, a frequência com que ocorre um fenômeno, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características.

Sendo também bibliográfica, a pesquisa utilizou materiais da ciência e tecnologia da informação: monografias, dissertações, teses e artigos que

buscam discutir as tecnologias e ferramentas da Web, as redes sociais na Internet e os fluxos de informação na Web.

3.2 Coleta, tratamento e análise de dados

Na realização desta pesquisa, além da coleta de dados bibliográficos, foi utilizada uma técnica de interrogação: o questionário objetivo. Por questionário, de acordo com Gil (2007, p. 114), entende-se um conjunto de questões que são respondidas pelo pesquisado, geralmente sem a presença do entrevistador.

Assim, foi elaborado um questionário objetivo composto por 16 questões (disponíveis no Apêndice A) e aplicado aos estudantes de Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina – universo que compreende as graduações em Biblioteconomia e Arquivologia e pós-graduação em Ciência da Informação. Em verificação realizada em outubro de 2012 na página do Departamento de Ciência da Informação²⁸ da UFSC, o número de alunos regularmente matriculados era de 190 no curso de Arquivologia, 330 no curso de Biblioteconomia e 26 no mestrado em Ciência da Informação, totalizando 546 pessoas. O pré-teste online do questionário foi realizado nos dias 25 e 26 de setembro de 2012, com 8 pessoas, todas estudantes de graduação da UFSC, sendo 4 não integrantes do universo da pesquisa e, a partir das sugestões apresentadas, efetuaram-se as devidas correções.

A aplicação do questionário foi feita utilizando a ferramenta GoogleDrive. O envio foi feito por e-mail, via fórum de graduação da UFSC nos casos dos alunos de Arquivologia e Biblioteconomia, e via lista de e-mails, no caso dos mestrados, entre os dias 2 e 16 de outubro. Foram recebidas 113 respostas, sendo 28 de alunos de Arquivologia, 71 de alunos de Biblioteconomia e 14 de mestrados em CI.

As três últimas questões do questionário objetivo tratavam da utilização de três sites de redes sociais específicos: o Facebook, o Twitter e o LinkedIn.

²⁸ Disponível em: <<http://dptcin.paginas.ufsc.br>>. Acesso em: 18 out. 2012.

Estes sites de redes sociais foram escolhidos por terem sido classificados como os mais utilizados, pelo site Alexa – The Web Information Company²⁹, no ranking de sites mais acessados do Brasil. Foram identificados os 20 sites que estavam nas primeiras posições e selecionados os que se enquadravam na categoria de rede social – já que o ranking considera os acessos de todos os tipos de site. No dia 18 de setembro de 2012, a posição de acessos³⁰ de todos os sites da Web no Brasil era a seguinte:

- 1) **Facebook** <**facebook.com**>;
- 2) Google Brasil <google.com.br>;
- 3) Google <google.com>;
- 4) YouTube <youtube.com>;
- 5) Universo Online <uol.com.br>;
- 6) Globo <globo.com>;
- 7) Windows Live <live.com>;
- 8) Domínio protegido <blogspot.com.br>;
- 9) Yahoo! <yahoo.com>;
- 10) MercadoLivre Brasil <mercadolivre.com>;
- 11) **Twitter** <**twitter.com**>;
- 12) Wikipedia <wikipedia.org>;
- 13) Terra <terra.com.br>;
- 14) Babylon <babylon.com>;
- 15) iG <ig.com.br>;
- 16) Abril <abril.com.br>;
- 17) MSN <msn.com>;
- 18) **LinkedIn** <**linkedin.com**>;
- 19) Banco Itaú <itau.com.br>;
- 20) Folha OnLine <folha.uol.com.br>.

Pode-se observar que o Google+, a rede oficial do Google, não aparece no Ranking Alexa. Todos os acessos desse site são contabilizados para o domínio do Google. Por isso, é impossível saber a posição exata do Google+ no ranking das redes sociais no Brasil.

²⁹ <<http://www.alexa.com>>.

³⁰ Consulta realizada em 18 de setembro de 2012 à pesquisa disponível em <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acesso em: 18 set. 2012.

O tratamento e análise quantitativa dos dados por meio de estatística descritiva permitiu conhecer melhor as características de utilização das ferramentas Web e das redes sociais por parte do público. A estatística descritiva se caracteriza por um conjunto de técnicas analíticas utilizadas para resumir o conjunto dos dados coletados a representações gráficas para visualização (STEIN; LOESCH, 2008).

4 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

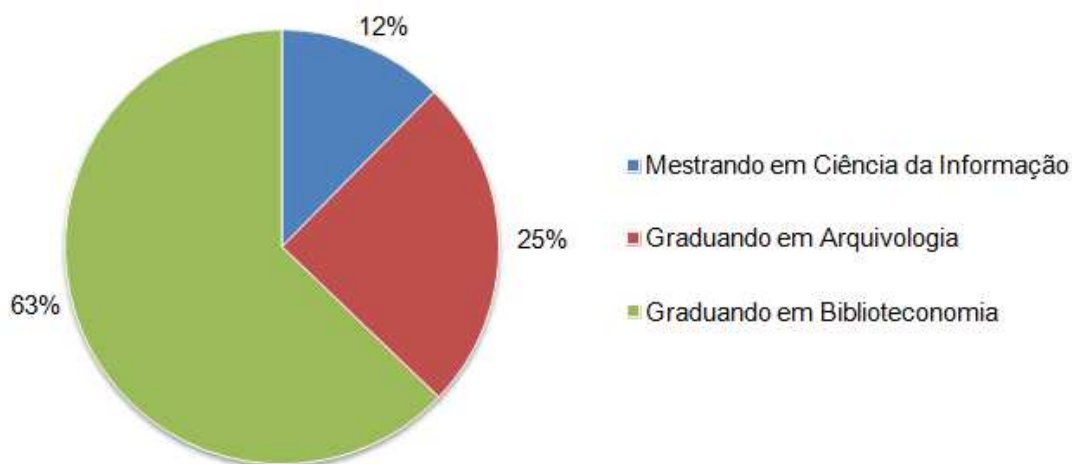
Neste capítulo são apresentados os resultados da pesquisa. Os dados foram coletados por meio de questionário composto de 16 questões, todas objetivas, entre os dias 2 e 16 de outubro de 2012. Foram recebidas, no total, 113 respostas.

4.1 Perfil da amostra

Esta seção contempla a análise dos dados coletados nas questões que buscam atingir o objetivo específico de caracterizar o perfil do estudante de Ciência da Informação enquanto usuário de ferramentas colaborativas da Web, de acordo com sua produção e compartilhamento de conteúdo.

Abaixo, o Gráfico 1 apresenta a distribuição da amostra de acordo com sua formação acadêmica. Dos questionários recebidos, 12% eram de alunos do Mestrado em Ciência da Informação, 25% eram de alunos da Graduação em Arquivologia e 63% eram de estudantes da Graduação em Biblioteconomia. Esta proporção era esperada, pois a distribuição do universo da pesquisa referente a esta categoria era de 5%, 35% e 60%, respectivamente.

Gráfico 1: Distribuição da formação acadêmica da amostra



Fonte: questionário

Com relação ao gênero dos alunos pesquisados, a maior parte dos estudantes, 91, respondeu ser do gênero feminino, enquanto 22 responderam ser do gênero masculino. A Tabela 1 mostra a distribuição da amostra por gênero e o percentual correspondente.

Tabela 1: Distribuição por gênero

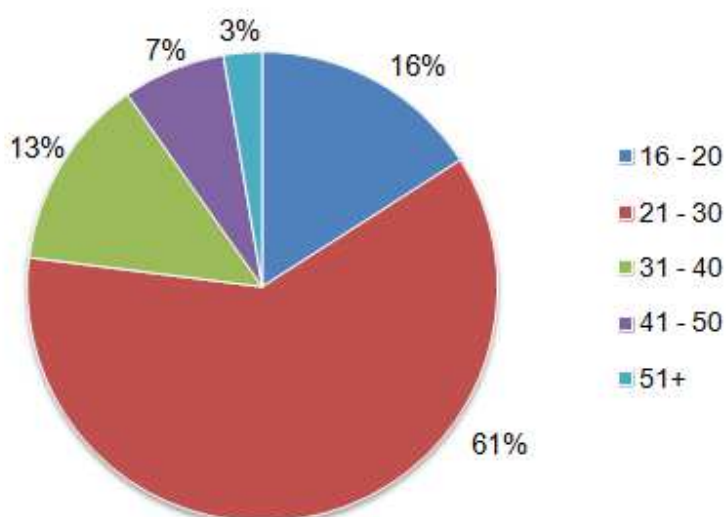
Gênero	Quantidade	Percentual
Feminino	91	81%
Masculino	22	19%

Fonte: questionário

Percentualmente, observamos que 81% da amostra é do gênero feminino, enquanto 19% é do gênero masculino. Em verificação realizada na página do Departamento de Ciência da Informação³¹ da UFSC, o total de alunos se dividia entre 135 do gênero masculino e 373 do gênero feminino, o que resulta em uma porcentagem de 26,6% e 73,4%, respectivamente.

Abaixo, o Gráfico 2 representa a faixa etária dos alunos do departamento. A maior parte dos alunos (61%) tem entre 21 e 30 anos de idade, seguido pela faixa de 16 a 20 anos (16%), 31 a 40 anos (13%), 41 a 50 anos (7%) e 51 ou mais (3%). É possível observar que 77% dos respondentes têm entre 16 e 30 anos.

Gráfico 2: Distribuição da faixa etária da amostra

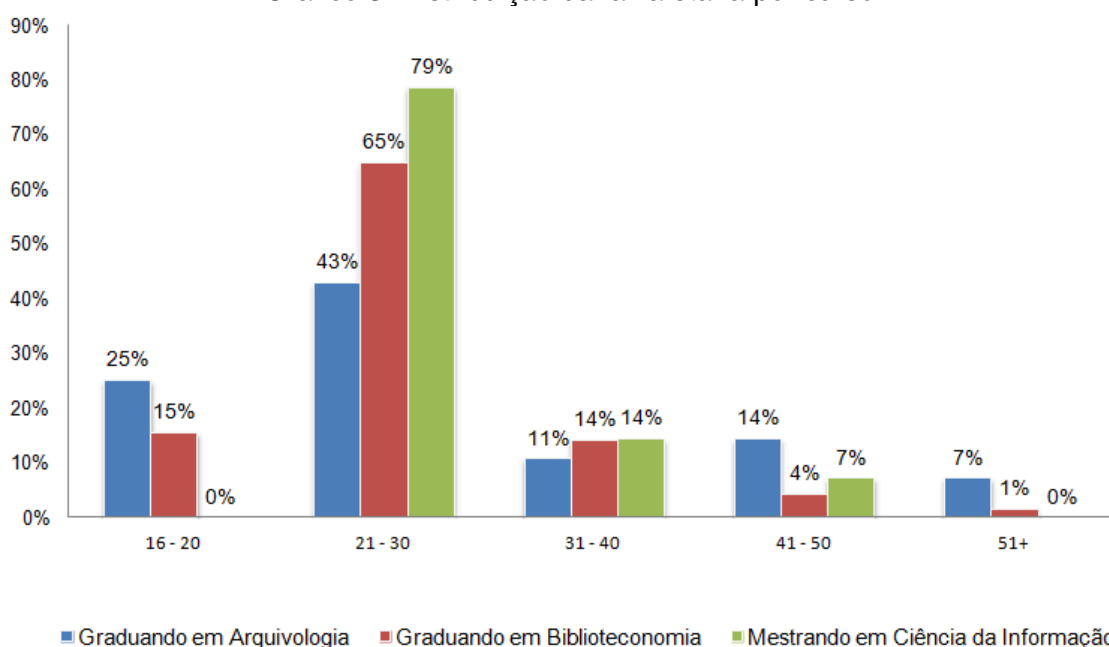


Fonte: questionário

³¹ Disponível em: <<http://dptcin.paginas.ufsc.br>>. Acesso em: 20 dez. 2012.

Na sequência, no Gráfico 3, temos a distribuição da faixa etária separada por curso. É possível verificar que há uma grande concentração (79%) de alunos do Mestrado na faixa etária de 21 a 30 anos, o que pode ser interpretado como uma tendência já observada por Neubert (2010) de ingresso no mestrado na sequência da conclusão do curso de graduação. Além disto, podemos também observar que a graduação em Arquivologia tem seus alunos com a faixa etária mais uniformemente distribuída, além de um maior número de alunos com mais de 40 anos em comparação aos outros cursos pesquisados.

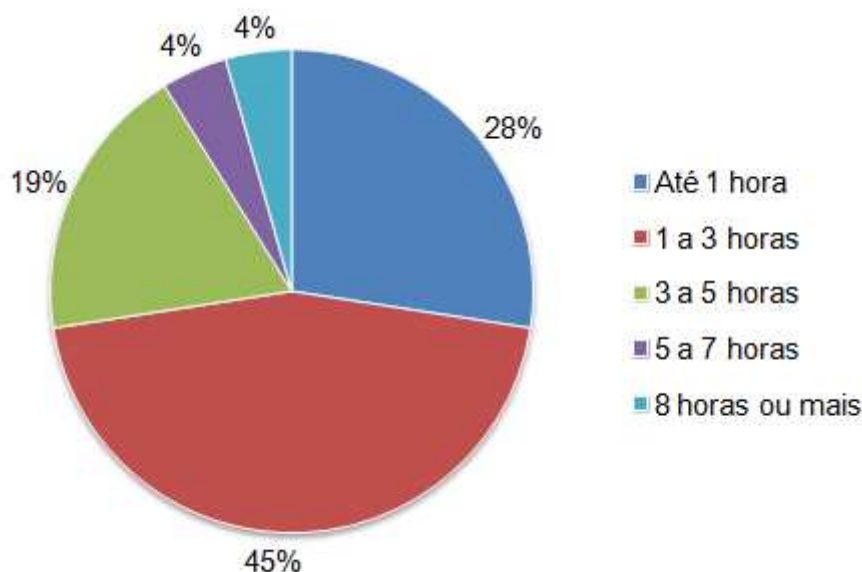
Gráfico 3: Distribuição da faixa etária por curso



Fonte: questionário

Com relação ao tempo dedicado ao uso de ferramentas Web por dia, 45% dos alunos afirmaram utilizar as ferramentas durante 1 a 3 horas, em média, 28% responderam que utilizam até 1 hora diária, 19% utilizam entre 3 e 5 horas, 4% entre 5 e 7 horas e 4% afirmaram utilizar por 8 horas ou mais, conforme mostra o Gráfico 4.

Gráfico 4: Distribuição do tempo de uso/dia

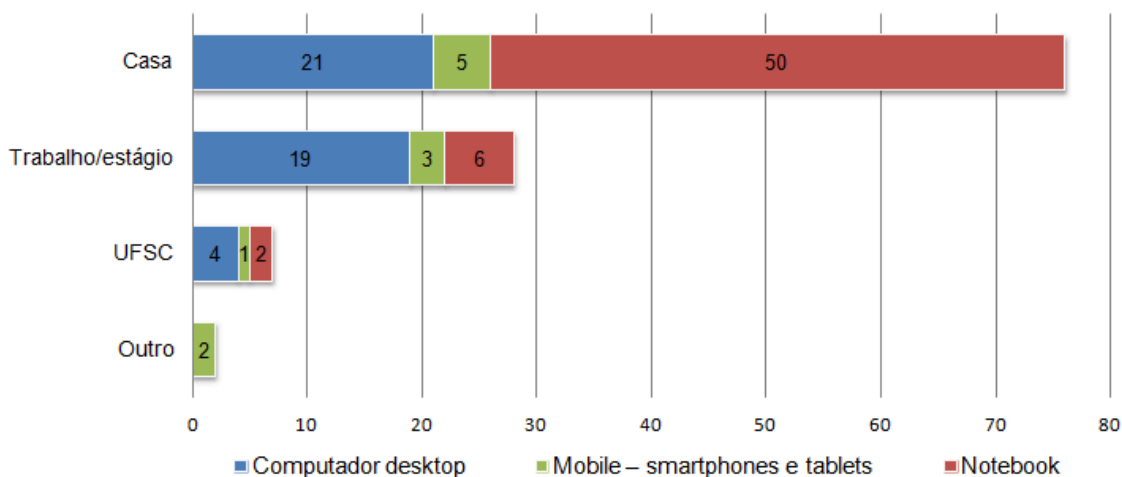


Fonte: questionário

Pode-se verificar que 73% dos respondentes utilizam as ferramentas Web por até 3 horas diárias. Este número pode estar relacionado às ferramentas de trabalho de cada estudante: como pode ser verificado abaixo, no Gráfico 5, a maior parte dos respondentes realiza o acesso às ferramentas em suas próprias residências, e não no trabalho. Os 27% que utilizam entre 3 e 8 horas possivelmente têm acesso às ferramentas de seu local de trabalho, e por isso ficam conectados por várias horas.

A respeito do local e forma de acesso às ferramentas, relacionaram-se os dados das questões 11 e 12 do questionário aplicado. A maior parte dos pesquisados, 76, utiliza os recursos da Web quando em sua própria casa. Destes, 50 utilizam por meio de notebooks, 21 por meio de computador desktop e 5 por meio de dispositivo móvel – *smartphone* ou *tablet*. Quanto ao ambiente de utilização as ferramentas, 28 estudantes responderam utilizá-las em seu ambiente de trabalho ou estágio. Destes, 19 utilizam computadores desktop, 6 utilizam notebooks e 3 utilizam dispositivos móveis. Além disso, 7 alunos afirmaram utilizar as ferramentas no ambiente universitário, na UFSC, sendo 4 em computadores desktop, 2 em notebooks e 1 em dispositivo móvel.

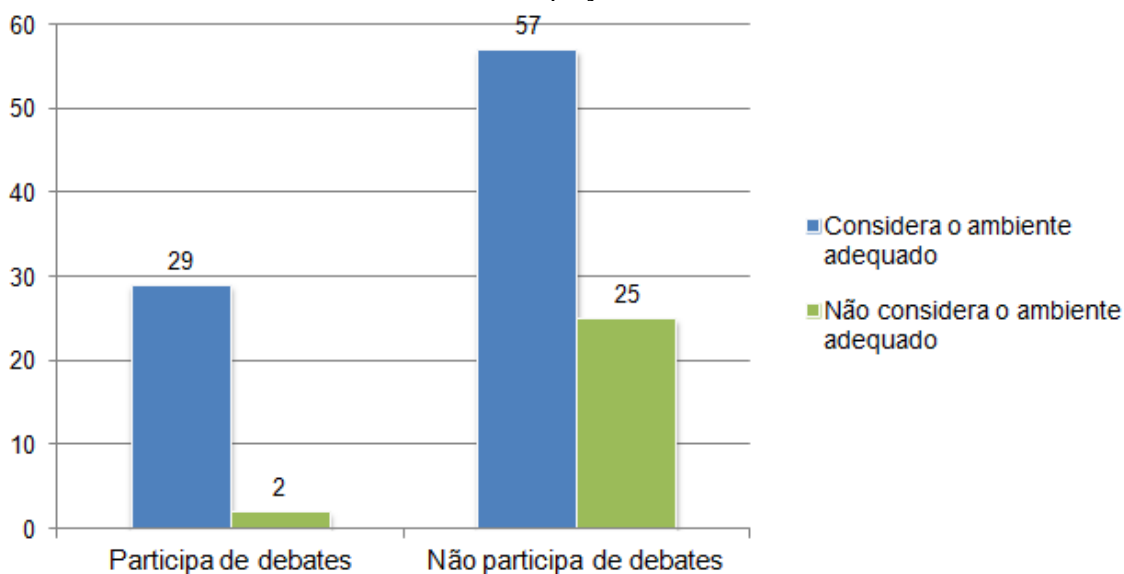
Gráfico 5: Distribuição por local e forma de acesso



Fonte: questionário

Quanto ao comportamento da amostra em relação à participação em debates em blogs, fóruns de discussão e redes sociais na Internet, relacionando as informações obtidas nas questões 6 e 7, temos que 86 estudantes, de um total de 113, consideram adequado o ambiente de blogs, fóruns e redes sociais para a discussão de questões sociais e políticas, enquanto 27 consideram este ambiente inadequado. Em contrapartida, daqueles 86 que consideram o ambiente apropriado, apenas 29 participam de debates efetivamente.

Gráfico 6: Participação em debates



Fonte: questionário

Apesar de considerarem válida a prática de discussão na Web, boa parte dos respondentes ainda acaba não despendendo seu tempo nesta atividade. Possivelmente, consideram questões políticas e de movimentos sociais contemporâneos, por exemplo, questões importantes e que devem ser debatidas, mas, na prática, não existe a motivação para tal.

Na sequência, no Gráfico 7, uma ilustração do comportamento dos estudantes de Ciência da Informação nas redes sociais com relação à produção e ao compartilhamento de conteúdo. A questão 13 do questionário foi baseada na questão 5 do instrumento de coleta de dados utilizado por Galdo (2010) e posteriormente adaptado e utilizado por Neubert (2010). A autora classificou o comportamento em cinco categorias:

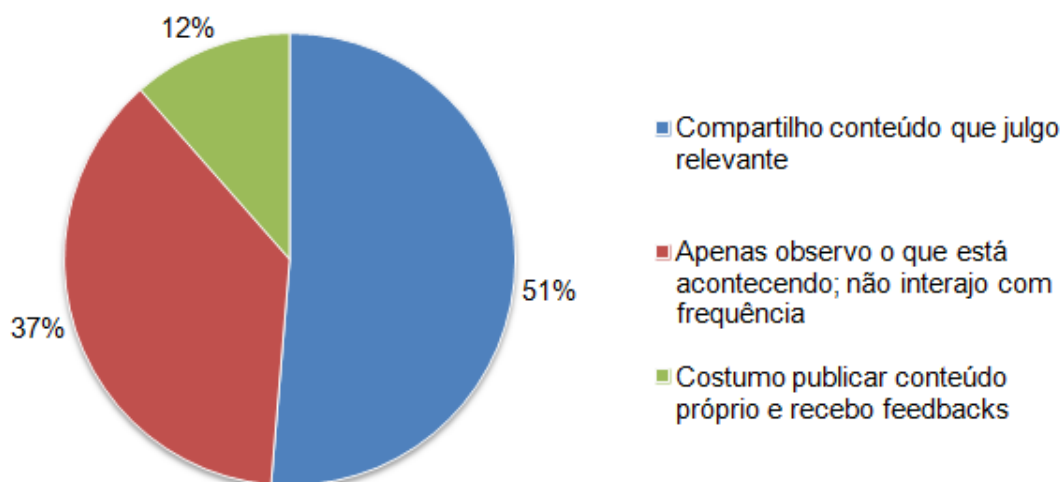
- i) crio conteúdo próprio;
- ii) compartilho informações;
- iii) acompanho / leio;
- iv) não tenho interesse; e
- v) não uso / não conheço.

Galdo (2010) também separou as respostas em grupos de ferramentas – blogs, sites de redes sociais, compartilhamento de vídeos, entre outros – com um viés de utilização acadêmica destas.

Neste trabalho, classificamos os comportamentos em três grupos:

- i) compartilho conteúdo que julgo relevante;
- ii) apenas observo o que está acontecendo; não interajo com frequência; e
- iii) costumo publicar conteúdo próprio e recebo feedbacks.

Gráfico 7: Comportamento da amostra nas redes sociais



Fonte: questionário

A opção de compartilhamento de conteúdo apresentou o maior índice de respostas, 51%, seguido daqueles que apenas observam e não fazem interações com frequência: 37%. Os usuários que afirmaram publicar conteúdo próprio representaram apenas 12% do total.

Esta tendência de, sobretudo, compartilhar conteúdos considerados relevantes vem sendo observada principalmente após a popularização do Facebook no Brasil e a criação do “botão compartilhar”, que tornou muito mais simples a divulgação de alguma informação recebida na *timeline*. Possivelmente, devido à pouca experiência que grande parte dos usuários tem na utilização de ferramentas colaborativas, estes ainda não dominam técnicas de criação de conteúdos que serão, posteriormente, tratados e compartilhados como “interessantes”, o que resulta na concentração em poucas pessoas da função de criar conteúdos originais.

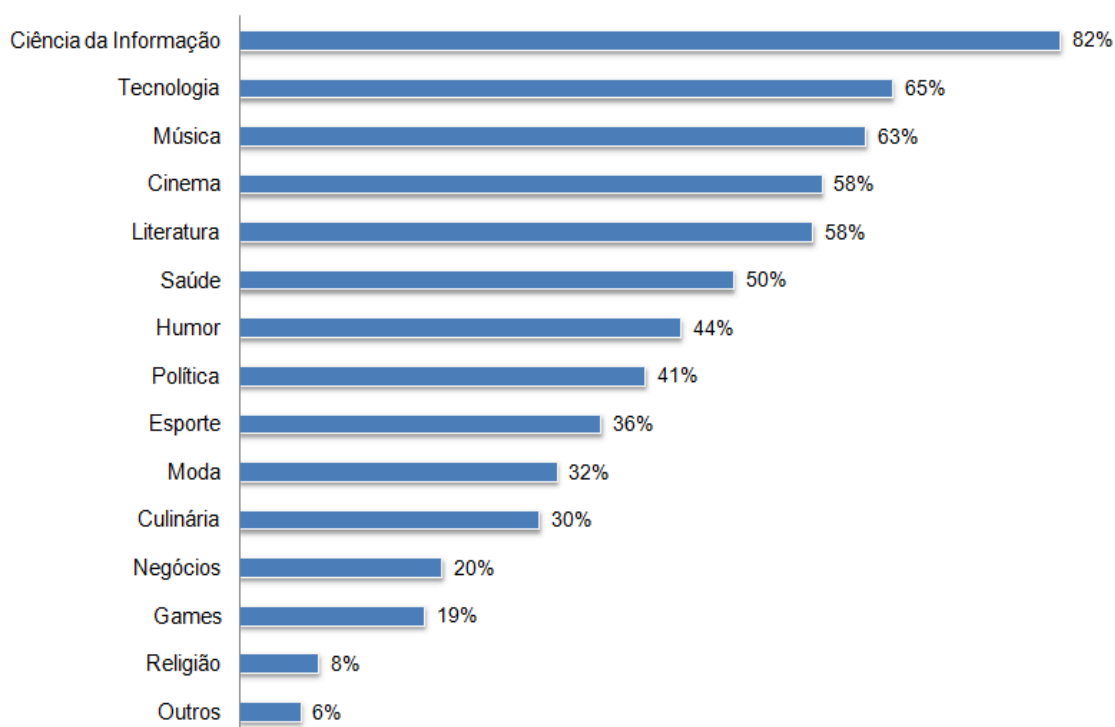
4.2 Assuntos e áreas de interesse

Esta seção contempla a análise dos dados coletados na questão que buscou atingir o objetivo específico de identificar assuntos e áreas de interesse

no que diz respeito à busca de informações na Web pelo público-alvo da pesquisa.

A distribuição por assuntos de interesse indicou o assunto mais procurado e acessado pelos alunos do Departamento de Ciência da Informação: a própria área do conhecimento. Segundo dados da pesquisa, representados pelo Gráfico 8, o assunto que envolve Ciência da Informação, Biblioteconomia e áreas afins é de interesse de 82% dos alunos, seguido de tecnologia (65%), música (63%), cinema (58%), literatura (58%), saúde (50%), humor (44%), política (41%), esporte (36%), moda (32%), culinária (30%), negócios (20%), games (19%), religião (8%) e outros (6%).

Gráfico 8: Assuntos de interesse



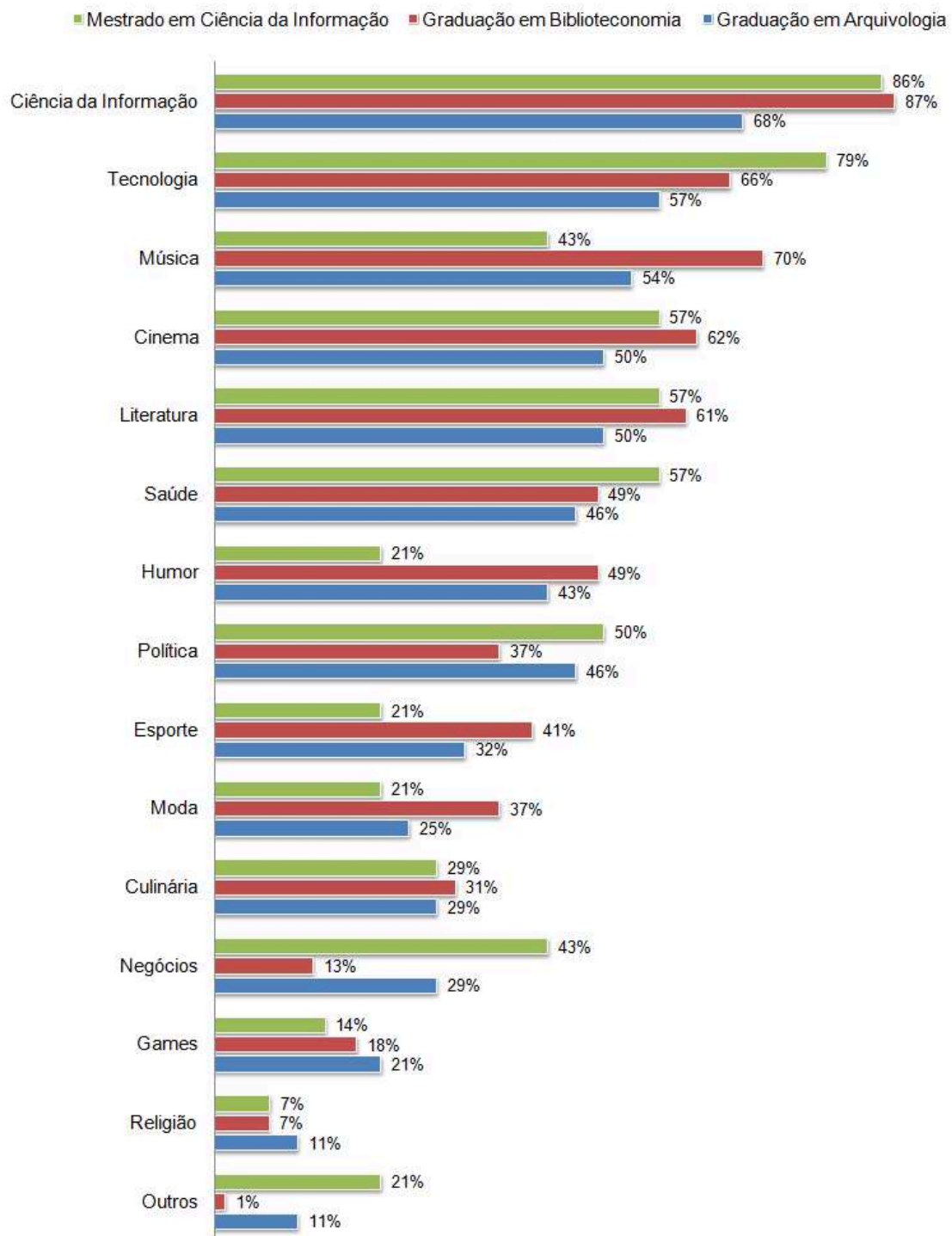
Fonte: questionário

Ferramentas colaborativas e sites de redes sociais possibilitam inúmeras oportunidades para a coleta e disseminação de conhecimentos acadêmicos de forma eficaz, relacionando a inovação e a participação ao desejo por novos conhecimentos. De acordo com Galdo (2010), as ferramentas da Web 2.0 são um meio com potencial para permitir que o conhecimento seja produzido, compartilhado e disseminado democraticamente entre professores,

alunos e a sociedade. Os resultados da pesquisa demonstram a utilização das ferramentas tecnológicas para a pesquisa de assuntos acadêmicos e também um grande interesse por tecnologia, assunto intimamente ligado à área, evidenciando o interesse dos alunos em adquirir conhecimentos.

O Gráfico 9 mostra a distribuição dos assuntos de interesse dos respondentes separados por curso. A maior parte dos assuntos ficou distribuída com homogeneidade entre os três cursos, com algumas exceções. Pode-se verificar um interesse maior pela área de tecnologia (79%) e negócios (43%) pelos mestrados em CI, bem como um interesse baixo, em relação aos demais, nos assuntos música (43%) e humor (21%). O interesse dos graduandos em Biblioteconomia é significativamente maior que dos demais nos assuntos humor (49%), esporte (41%) e moda (37%), porém menor nos assuntos política (37%) e negócios (13%).

Gráfico 9: Assuntos de interesse por curso



Fonte: questionário

Talvez o envolvimento maior dos estudantes do mestrado com as possibilidades do mercado de trabalho os motive a buscar informações relacionadas a tecnologia, política, economia, negócios e ao seu desenvolvimento profissional. Este é um comportamento que tende a ser

seguido conforme o aluno vai avançando na graduação e se envolvendo com as questões profissionais de sua área.

4.3 Ferramentas

Esta seção contempla a análise dos dados coletados nas questões que buscaram atingir os objetivos específicos de:

- i) indicar as ferramentas colaborativas da Web mais utilizadas e as utilizadas com maior frequência pelos respondentes; e
- ii) verificar as principais finalidades para as quais o público-alvo da pesquisa utiliza os sites de redes sociais Facebook, Twitter e LinkedIn.

Abaixo, a Tabela 2 indica a quantidade e percentual de respondentes que afirmam possuírem blogs ou sites pessoais na Web. De acordo com os dados coletados, 32 alunos (28%) possuem blogs ou sites pessoais e 81 alunos (72%) não possuem. Aqui fica claro o potencial de comunicação muitos para muitos que a Web 2.0 apresenta principalmente devido à facilidade de criação e manutenção de páginas Web.

Tabela 2: Dados sobre a autoria de blogs ou sites pessoais

Possui blog ou site pessoal	Quantidade	Percentual
Sim	32	28%
Não	81	72%

Fonte: questionário

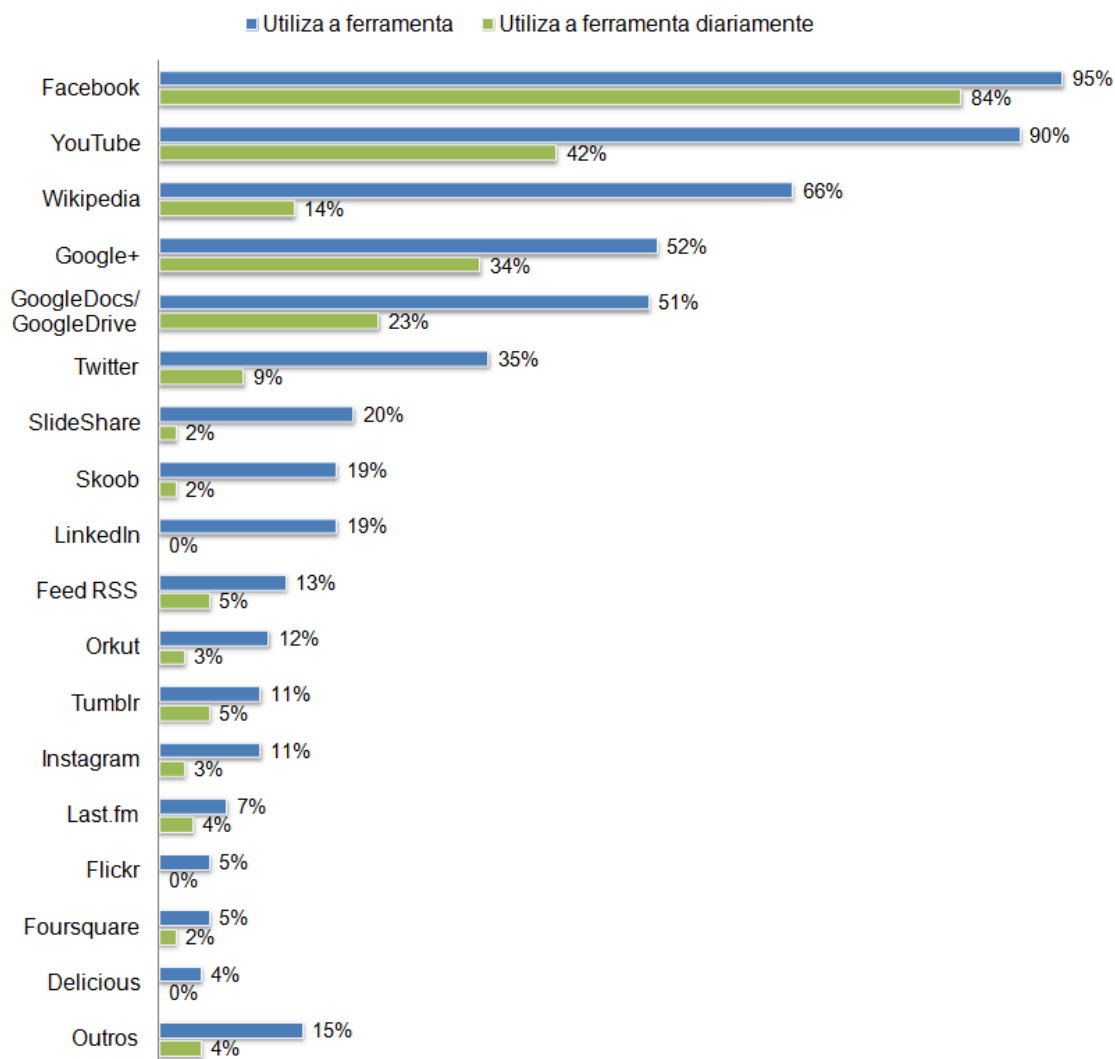
As questões 8 e 9 buscaram identificar as ferramentas colaborativas da Web que os estudantes utilizam atualmente, ou seja, pelo menos uma vez a cada 30 dias, e as ferramentas que eles utilizam diariamente. O Gráfico 10 mostra a relação entre os dados coletados pelas duas questões. A ferramenta mais utilizada foi o site de redes sociais Facebook, que é utilizado por 95% do público da pesquisa, sendo que 84% utiliza a ferramenta todos os dias. Em segundo lugar, o YouTube é utilizado por 90% dos estudantes, sendo que 42% deles utilizam a ferramenta diariamente. A Wikipedia é utilizada por 66%, sendo 14% diariamente. O Google+, surpreendentemente indicado como a segunda

rede social mais utilizada pelos estudantes, ficou com um percentual de utilização de 52% e 34% diariamente. Em seguida, a ferramenta de edição colaborativa de documentos GoogleDocs/GoogleDrive utilizada por 51% dos respondentes, sendo 23% diariamente e o Twitter, utilizado por 35% dos alunos, sendo 9% diariamente. O SlideShare é utilizado por 20%, sendo 2% diariamente, e o Skoob, site de redes sociais voltado para troca de informações sobre literatura, é utilizado por 19% dos alunos, sendo 2% diariamente.

O LinkedIn, terceira rede social mais utilizada no Brasil segundo o Ranking Alexa³², indicou 19% de utilização pelos alunos da pesquisa. Em seguida, o Feed RSS, com 13% de utilização e 5% diários; Orkut, com 12% de utilização e 3% diários; Tumblr, ferramenta de blog com foco em imagens, com utilização de 11% e 5% diários; Instagram, rede social em plena ascensão focada também na postagem de imagens, com 11% de utilização sendo 3% diários; Last.fm, com 7% de utilização e 4% diários; Flickr, com 5% de utilização; Foursquare com 5% e 2%; Delicious com 4% de utilização e outras ferramentas com percentuais menores.

³² Consulta realizada em 18 de setembro de 2012 à pesquisa disponível em <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acesso em: 18 set. 2012.

Gráfico 10: Utilização das ferramentas

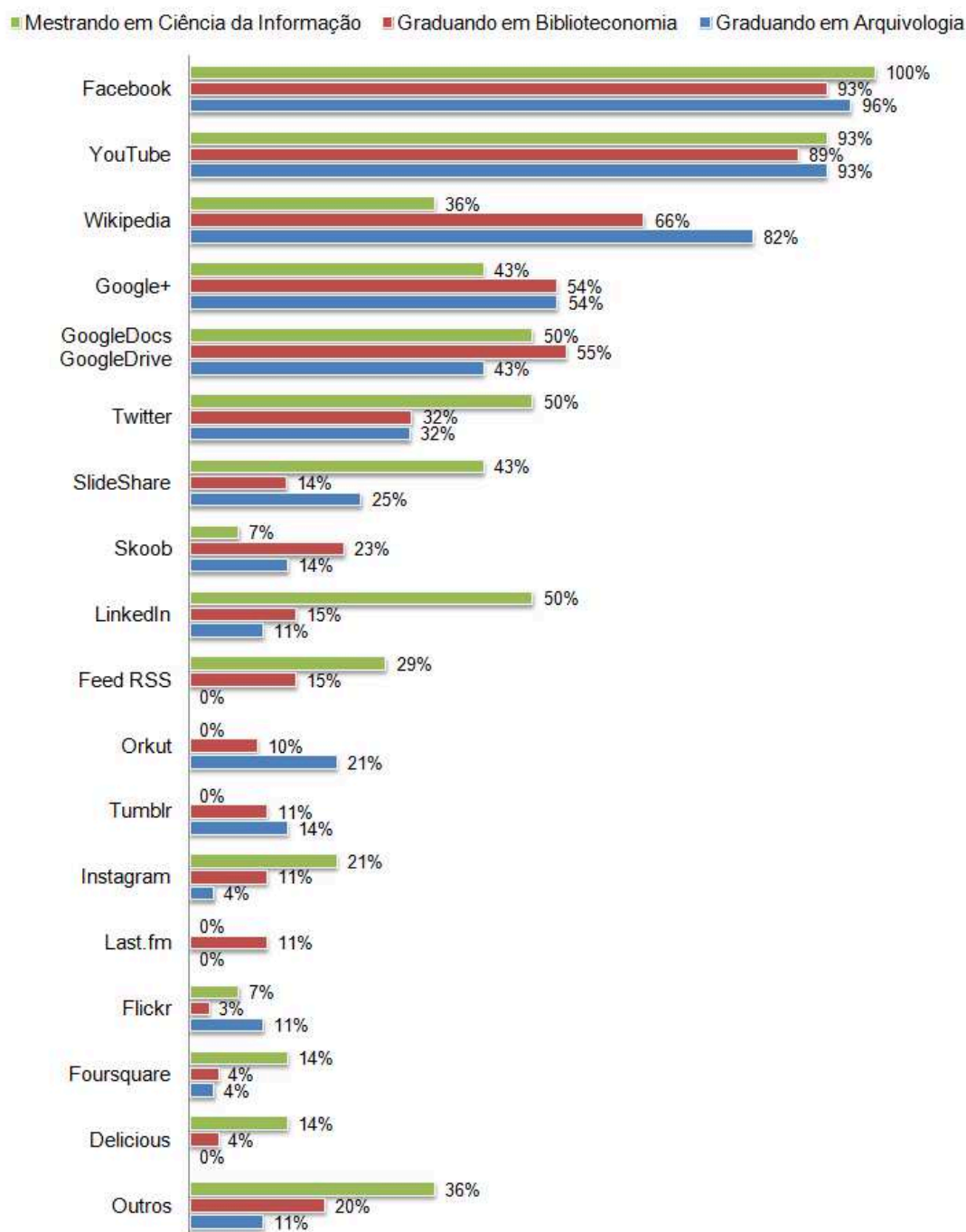


Fonte: questionário

Em seguida, no Gráfico 11, a utilização das ferramentas acima descritas com os dados divididos por curso. Pode se notar um equilíbrio na maior parte dos casos, com algumas exceções. A ferramenta Wikipedia, por exemplo, é utilizada por 82% dos graduandos em Arquivologia, 66% dos graduandos em Biblioteconomia e apenas 36% dos mestrandos em Ciência da Informação. O Twitter, utilizado por 32% dos graduandos, é a segunda rede social mais utilizada pelos discentes do mestrado, juntamente com o LinkedIn, ambos com 50%. A diferença, principalmente no caso do segundo, é considerável: apenas 15% e 11% dos graduandos responderam utilizar a ferramenta de cunho profissional. Novamente, percebe-se o maior envolvimento dos estudantes do mestrado com questões relativas à atuação do profissional da informação.

O SlideShare e Feed RSS também apresentaram uso em maior porcentagem pelos alunos do mestrado. O primeiro apresentou 43% de uso comparado a 14% dos alunos de Biblioteconomia e 25% dos alunos de Arquivologia. O segundo apresentou 29% de uso pelos mestrandos, comparado a 15% dos alunos de Biblioteconomia. Não houve alunos de Arquivologia que indicaram a utilização da ferramenta.

Gráfico 11: Utilização das ferramentas por curso

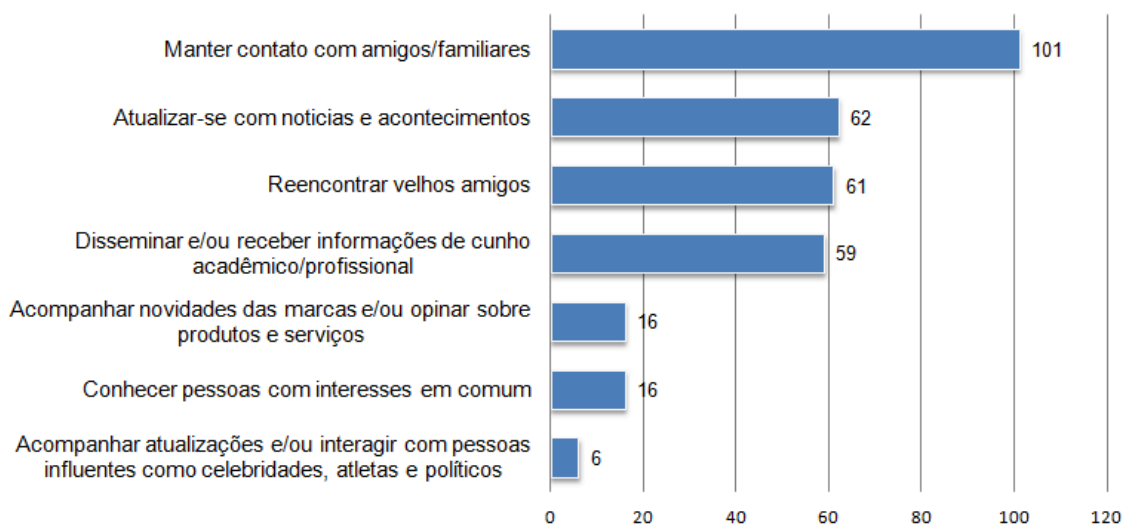


Fonte: questionário

O último objetivo específico do trabalho era o de verificar as principais finalidades para as quais o público-alvo da pesquisa utiliza os sites de redes sociais Facebook, Twitter e LinkedIn.

De um total de 107 pessoas que indicaram a utilização do Facebook, 101 utilizam para manter contato com amigos e familiares, 62 para atualizarem-se com notícias e acontecimentos, 61 para reencontrar velhos amigos e 59 para disseminar e receber informações de cunho acadêmico e profissional, reforçando o potencial da Web de incentivar a interação entre membros da comunidade científica. Entre os pesquisados, 16 alunos indicaram utilizar o Facebook para acompanhar novidades de marcas e opinar sobre produtos e serviços, 16 buscam conhecer pessoas com interesses em comum e, por fim, 6 alunos utilizam a ferramenta para acompanhar atualizações e interagir com pessoas influentes como celebridades, atletas e políticos, conforme mostra o Gráfico 12.

Gráfico 12: Finalidades de uso do Facebook

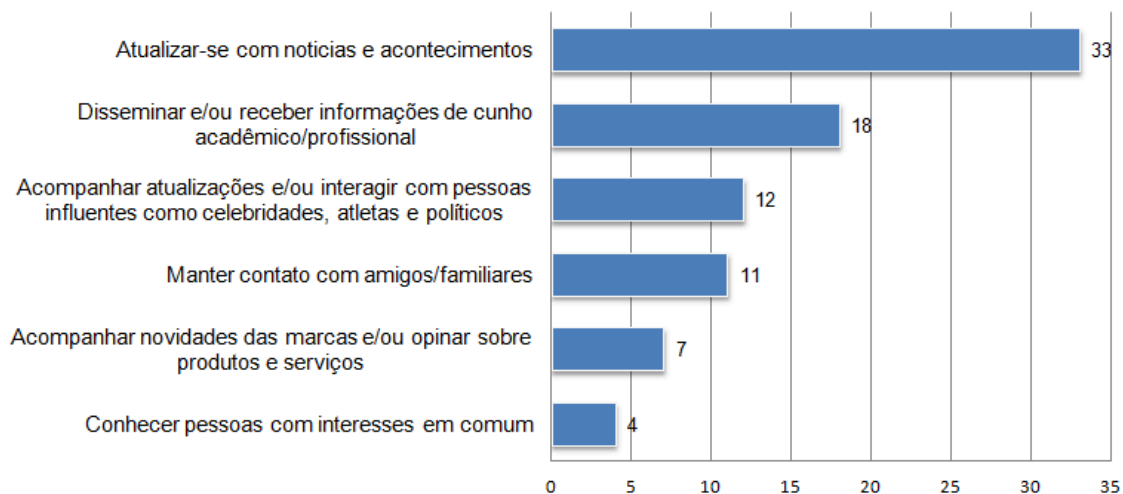


Fonte: questionário

De um total de 39 respondentes que indicaram a utilização do Twitter, 33 deles utilizam a ferramenta com a finalidade de atualizarem-se com notícias e acontecimentos, 18 alunos costumam disseminar e receber informações de cunho acadêmico e profissional, 12 costumam acompanhar atualizações e interagir com pessoas influentes como celebridades, atletas e políticos, 11 buscam manter contato com amigos e familiares, 7 costumam acompanhar

novidades de marcas e opinar sobre produtos e serviços e 4 buscam conhecer pessoas com interesses em comum. O Gráfico 13 ilustra a questão.

Gráfico 13: Finalidades de uso do Twitter



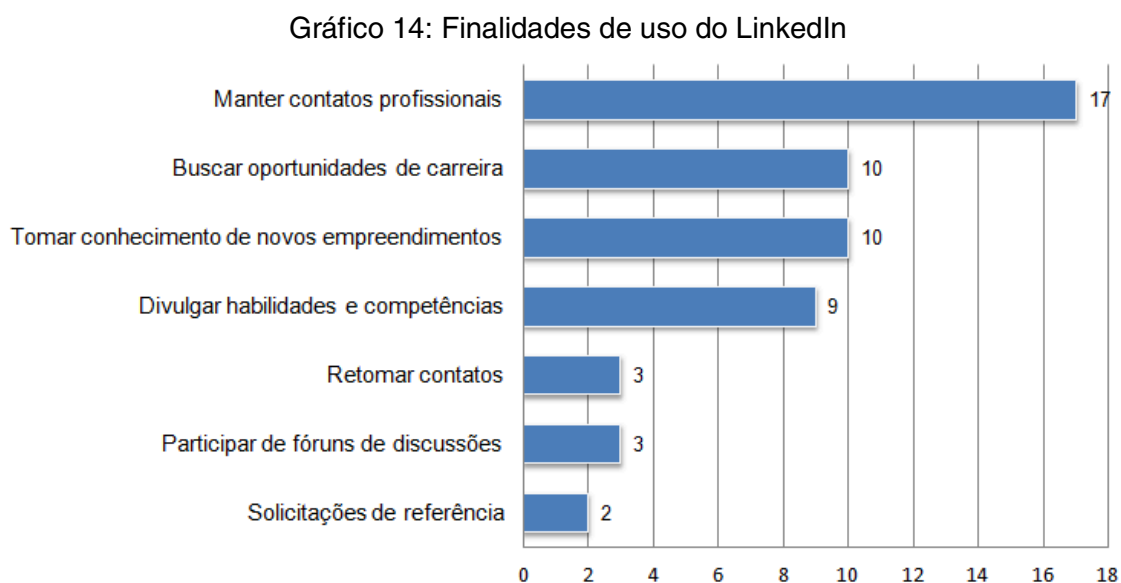
Fonte: questionário

Pode-se inferir o viés de rapidez nos fluxos de informação desta ferramenta, se comparada ao Facebook. A maior parte de seus utilizadores busca atualizar-se com notícias, e isto por meio de textos de 140 caracteres ou menos. Recuero e Zago (2010) observaram em sua pesquisa que o Twitter tem um caráter informativo, talvez maior que conversacional – é utilizado para que os usuários repassem notícias, opiniões e informações gerais, normalmente acompanhadas por um *link*.

Existe uma facilidade em filtrar fontes de informação – atores da rede, que publicam seus *tweets* – de acordo com os assuntos geralmente tratados, agrupando estes criadores de conteúdo de forma que não seja necessária a navegação em busca de um assunto ou notícia em específico. O usuário pode receber principalmente a informação que deseja, se seguir os atores relevantes.

Percebemos também, novamente, a utilização acadêmica da ferramenta, que apresenta uma característica menos pessoal e mais focada na própria informação para os respondentes da pesquisa. Acredita-se que o uso se dê prioritariamente por divulgação e compartilhamento de informações relevantes e que sejam de interesse dos pares.

O Gráfico 14 demonstra as finalidades para as quais o público-alvo da pesquisa utiliza a ferramenta LinkedIn.



Fonte: questionário

Das 21 pessoas que indicaram a utilização da ferramenta – sendo 7 estudantes do mestrado –, 17 utilizam com a finalidade de manter contatos profissionais, 10 para buscar oportunidades de carreira, 10 para tomar conhecimento de novos empreendimentos, 9 para divulgar habilidades e competências, 3 para retomar contatos e 2 para solicitações de referência.

O número de usuários desta ferramenta foi surpreendentemente baixo. Esperava-se que profissionais da informação estivessem presentes nesta que é a maior rede social com foco no perfil profissional dos usuários. Entende-se que o LinkedIn seja uma rede repleta de oportunidades de crescimento profissional, aprimoramento e discussão de questões relevantes à área em grupos e associações.

Os resultados mostram que o grupo de alunos do Departamento de Ciência da Informação da UFSC vem buscando utilizar ferramentas colaborativas para suprir necessidades de informação e comunicação pessoais, profissionais e acadêmicas. O compartilhamento de informações científico-acadêmicas ainda ocorre timidamente em algumas ferramentas da Web, bem como a participação em debates e discussões, portanto, recomenda-se que este comportamento seja ser incentivado, principalmente por parte dos docentes e mestrandos da área.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos anos, vem sendo observada a utilização da Internet como meio de comunicação e troca de informação. Esta característica trouxe mudanças nas relações sociais e aproximou a tecnologia da sociedade em geral.

A Web 2.0 caracteriza-se por ser um ambiente estimulante à cooperação e participação. Os usuários costumam produzir conteúdos com ampla liberdade de compartilhá-los e reutilizá-los. A grande inovação que trouxe à tona a cultura de colaboração visível na Web 2.0 não foi tecnológica, e sim social, ou seja, surgiu da atitude dos próprios usuários, que puderam contar com a grande quantidade de ferramentas e a facilidade de navegação e criação de páginas, características desta fase da Web.

Foi considerado relevante discutir, neste trabalho, a questão das ferramentas colaborativas disponíveis hoje na Web e a utilização destas ferramentas pelos alunos do departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina.

O trabalho teve como objetivo geral descrever o perfil dos estudantes da área de Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e o uso que estes fazem das ferramentas colaborativas da Web. Como objetivos específicos, buscou-se:

- i) caracterizar o perfil do estudante de Ciência da Informação da UFSC como usuário de ferramentas colaborativas da Web, de acordo com sua produção e compartilhamento de conteúdo;
- ii) identificar assuntos e áreas de interesse no que diz respeito à busca de informações na Web pelo público-alvo da pesquisa;
- iii) indicar as ferramentas colaborativas da Web mais utilizadas e as utilizadas com maior frequência pelos graduandos em Biblioteconomia e Arquivologia e mestrandos em Ciência da Informação da UFSC; e
- iv) verificar as principais finalidades para as quais o público-alvo utiliza os sites de redes sociais Facebook, Twitter e LinkedIn.

Para a coleta de dados, foi utilizada a técnica de questionário objetivo. O instrumento foi composto de 16 questões e foi aplicado aos estudantes de

Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina, compreendidos pelas graduações em Biblioteconomia e Arquivologia e pós-graduação em Ciência da Informação, formando um universo total de 546 pessoas. A aplicação do questionário foi feita utilizando a ferramenta GoogleDrive e foram recebidas, no total, 113 respostas.

A análise estatística simples mostrou que 81% dos respondentes são mulheres e 77% deles têm entre 16 e 30 anos. Os dados mostraram também que a maior parte dos alunos, 73%, utiliza as ferramentas da Web por até 3 horas por dia, geralmente da própria casa e utilizando notebooks (58) ou computadores desktop (44). Grande parte dos alunos (76%) considera adequado o ambiente de blogs, fóruns e redes sociais para a discussão de questões sociais e políticas, entretanto, destes 76%, apenas 31% participam de debates efetivamente. A pesquisa nos mostrou também, desafiando o modelo de consumo e produção simultânea de conteúdo, que uma minoria (12%) dos alunos realmente produzem conteúdo próprio nas redes sociais. A grande parte, 88%, divide-se entre compartilhadores e observadores pouco interativos.

Com relação aos assuntos de interesse dos respondentes da pesquisa, verificou-se que há uma grande procura pelas áreas de Ciência da Informação e tecnologia, demonstrando o potencial de disseminação de conhecimentos acadêmicos que a Web 2.0 possui.

Quanto às ferramentas utilizadas, a pesquisa indicou que 28% dos respondentes possuem blogs ou sites pessoais. Vimos também que o Facebook é a ferramenta mais popular, sendo utilizado por 95% do público. O YouTube, a Wikipedia e o Google+ também ganharam destaque, sendo o segunda, terceira e quarta ferramentas mais utilizadas pelo alunos. Do total que indicou a utilização do Facebook, 94% utilizam a ferramenta para manter contato com amigos e familiares. Já os usuários do Twitter utilizam a ferramenta predominantemente com a finalidade de atualizarem-se com notícias e acontecimentos. E finalmente o LinkedIn, ferramenta pouco utilizada pelos estudantes do departamento, tem geralmente a finalidade de manter contatos profissionais.

Futuros trabalhos poderão investigar a usabilidade das ferramentas Web, a motivação dos usuários na utilização de determinada ferramenta em detrimento de outra, os “porquês” da migração entre ferramentas e os fatores

que motivam os usuários a colaborarem na construção coletiva de conteúdos. Poderão investigar também as competências informacionais necessárias à utilização de determinadas ferramentas, desenvolver planos de incentivo ao desenvolvimento destas competências e à utilização de determinadas ferramentas no ambiente acadêmico. Poderão, também, buscar conhecer as necessidades e expectativas dos usuários de ferramentas colaborativas quanto às suas funcionalidades tecnológicas.

Para finalizar, conclui-se que as ferramentas Web são vistas pelos respondentes como de grande utilidade, tanto para funções pessoais e de relacionamento quanto para interesses acadêmicos e profissionais. Recomenda-se que se estimule a colaboração e participação dos estudantes nos grupos de discussão e fóruns da área de Ciência da Informação, bem como a utilização de ferramentas voltadas essencialmente à comunicação científica. O potencial de troca de informações através das tecnologias Web é surpreendente e os profissionais da informação têm um papel fundamental não apenas na utilização adequada destas tecnologias, para que se possa extrair o que há de melhor em matéria de informação, mas também como educadores e incentivadores das trocas informacionais, atuando no desenvolvimento de competências de seus usuários.

REFERÊNCIAS

- ALEXA. **Top Sites**: The top 500 sites on the web. Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites/global>>. Acesso em: 01 nov. 2012.
- _____. **Top Sites in Brazil**: The top 500 sites in Brazil. Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acesso em: 18 set. 2012.
- BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13(1), article 11. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 10 nov. 2012.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003. 243 p.
- _____. **A sociedade em rede**. 6 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1). 698 p.
- CECCONI, Carlos. A Web semântica e nossos hábitos de navegação. In: COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil**: TIC domicílios e TIC empresas 2011. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2012. p. 53-61. Disponível em: <<http://op.ceptro.br/cgi-bin/cetic/tic-domicilios-e-empresas-2011.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2012.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 162 p.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Dimensões e características da Web brasileira**: um estudo do .gov.br. S.l: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2010. 93 p. Disponível em: <<http://www.cgi.br/publicacoes/pesquisas/govbr/cgibr-nicbr-censoweb-govbr-2010.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2012.
- _____. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil**: TIC domicílios e TIC empresas 2011. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2012. Disponível em: <<http://op.ceptro.br/cgi-bin/cetic/tic-domicilios-e-empresas-2011.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2012.
- COUTINHO, Clara Pereira; BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista. Blog e Wiki: Os Futuros Professores e as Ferramentas da Web 2.0. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE INFORMÁTICA EDUCATIVA, 9., 2007, Porto, Portugal. **Blog e Wiki: Os Futuros Professores e as Ferramentas da Web 2.0**. Porto, Portugal: SIIE, 2007. p. 199 - 204. Disponível em:

<<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7358/1/Com%20SIIIE.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2012.

COZIC, Frédéric. **Le Web 2.0 illustré en une seule image**. 2007. Disponível em: <<http://blog.cozic.fr/le-Web20-illustre-en-une-seule-image>> Acesso em: 10 nov. 2012.

GALDO, Alessandra. **Web 2.0 e colaboração científica: análise do uso científico-acadêmico por docentes de pós-graduação stricto sensu em Ciência da Informação no Brasil**. 2010. 154 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação, Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010. Disponível em: <<http://www.tede.ufsc.br/teses/PCIN0053-D.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2012.

GARCIA, Thais Xavier. **Tecnologias Web 2.0 em unidades de informação: serviços disponibilizados na biblioteca 2.0**. 2009. 123 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Biblioteconomia, Departamento de Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009. Disponível em: <<http://www.cin.publicacoes.ufsc.br/tccs/cin0041.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 175 p.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994. 207 p.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1998. 212p.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999, 264 p.

NEUBERT, Patrícia da Silva. **Ferramentas colaborativas da Web 2.0: uso por alunos de pós-graduação em ciência da informação na pesquisa bibliográfica**. 2010. 97 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Biblioteconomia, Departamento de Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010. Disponível em: <<http://www.cin.publicacoes.ufsc.br/tccs/cin0105.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2012.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software**. 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 20 out. 2012.

PONTES, Renata Lopes Jaguaribe; CASTRO FILHO, José Aires de. O uso do blog como ferramenta de ensino-aprendizagem por professores participantes do Projeto Um Computador por Aluno (UCA). In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE

INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO, 22., WORKSHOP DE INFORMÁTICA NA ESCOLA, 17., 2011, Aracaju. **O uso do blog como ferramenta de ensino-aprendizagem por professores participantes do Projeto Um Computador por Aluno (UCA)**. Aracaju: s.n., 2011. p. 1478 - 1487. Disponível em: <http://www.br-ie.org/sbie-wie2011/WIE-Trilha2/93119_1.pdf>. Acesso em: 30 out. 2012.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós**, Brasília, v. 9, p. 1-21, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/files/03ecompos09_AlexPrimo.pdf>. Acesso em: 06 out. 2012.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira; RECUERO, Raquel da Cunha. Hipertexto Cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos blogs e da Wikipédia. **Famecos**, n. 23, p.54-63, dez. 2003. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/hipertexto_cooperativo.pdf>. Acesso em: 30 out. 2012.

RECUERO, Raquel. Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUL, 8, 2007, Passo Fundo. **Anais eletrônicos...** Passo Fundo, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0464-1.pdf>>. Acesso em 07 out. 2012.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. “RT por favor”: Considerações sobre a difusão de informações no Twitter. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 12, n. 2, p. 69-81, 2010. Disponível em: <<http://www.frenteiras.unisinos.br/pdf/88.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2012.

ROCHA, Maria Célia Furtado; PEREIRA, Gilberto Corso. De consumidor a produtor de informação: participação pública no contexto da nova cultura tecnológica. **Cadernos PPG-AU/FAUFBA**, v. 1, p. 73-86, 2010. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/ppgau/article/viewFile/5113/3702>>. Acesso em: 11 jun. 2012.

SANTOS, Francisco Coelho Dos; CYPRIANO, Cristina Petersen. Blogs e Wikis: duas formas de colaboração em redes sociais. **Ciência em Movimento: Educação e Direitos Humanos**, Ano XIII, n. 26, 2011. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ipa/index.php/EDH/article/viewFile/100/64>>. Acesso em: 11 jun. 2012.

STEIN, Carlos Efrain; LOESCH, Claudio. **Estatística descritiva e teoria das probabilidades**. Blumenau: Edifurb, 2008. 214 p.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. **Departamento de Ciência da Informação**. Disponível em: <<http://dptcin.paginas.ufsc.br/>>. Acesso em: 30 out. 2012.

WERTHEIN, Jorge. A sociedade da informação e seus desafios. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 29, n. 2, p. 71-77, maio/ago. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a09v29n2.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2012.

WIKIPEDIA. **Google Chrome**. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome>. Acesso em: 24 out. 2012.

_____. **Internet Explorer 1**. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_Explorer_1>. Acesso em: 24 out. 2012.

_____. **Internet Explorer 6**. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_Explorer_6>. Acesso em: 24 out. 2012.

_____. **Internet Explorer 10**. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_Explorer_10>. Acesso em: 24 out. 2012.

_____. **Mosaic (web browser)**. Disponível em: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Mosaic_\(web_browser\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Mosaic_(web_browser))>. Acesso em: 24 out. 2012.

_____. **Netscape Navigator**. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Netscape_Navigator>. Acesso em: 24 out. 2012.

_____. **Web 2.0**. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0>. Acesso em: 10 nov. 2012.

_____. **Wikipedia**. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>>. Acesso em: 01 nov. 2012.

APÊNDICE A – Questionário

1. Sexo

- Feminino
- Masculino

2. Idade

- 16-20
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 51+

3. Formação acadêmica

- Graduando em Biblioteconomia
- Graduando em Arquivologia
- Mestrando em Ciência da Informação

4. Você possui blog ou site pessoal?

(Perfis em redes sociais como Facebook não configuram como site pessoal)

- sim não

5. Sobre quais assuntos você costuma se informar na internet?

- Ciência da Informação, Biblioteconomia e áreas afins
- Humor
- Tecnologia
- Moda
- Música
- Cinema
- Literatura
- Culinária
- Saúde
- Esporte
- Negócios
- Games
- Política
- Religião
- Outros. Quais?

6. Costuma participar de debates em redes sociais, blogs ou fóruns de discussão na internet?

- sim não

7. Você considera estes ambientes adequados para discussão de questões sociais e políticas?

- sim não

8. Quais das ferramentas abaixo você utiliza, pelo menos, uma vez a cada 30 dias?

- Ask.fm
- Delicious
- Facebook
- Feed RSS

- Flickr
- Formspring
- Foursquare
- Google+
- GoogleDocs/GoogleDrive
- Instagram
- Last.fm
- LibraryThing
- Linkedin
- MySpace
- Orkut
- Pinterest
- Skoob
- SlideShare
- Tagged
- Twitter
- Tumblr
- Wikipedia
- YouTube
- Outras. Quais?
- Não utiliza nenhuma ferramenta

9. Quais das ferramentas abaixo você utiliza todos os dias?

- Ask.fm
- Delicious
- Facebook
- Feed RSS
- Flickr
- Formspring
- Foursquare
- Google+
- GoogleDocs/GoogleDrive
- Instagram
- Last.fm
- LibraryThing
- Linkedin
- MySpace
- Orkut
- Pinterest
- Skoob
- SlideShare
- Tagged
- Twitter
- Tumblr
- Wikipedia
- YouTube
- Outras. Quais?
- Não utiliza nenhuma ferramenta diariamente

10. Quanto tempo por dia se dedica à utilização destas ferramentas?

- até 1 hora
- de 1 a 3 horas
- de 3 a 5 horas
- de 5 a 7 horas
- 8 horas ou mais

11. Qual a forma mais frequente de acesso à internet?

- Computador desktop
- Notebook
- Mobile – smartphones e tablets
- Outro. Qual?

12. Qual o local mais frequente de acesso?

- Casa
- Trabalho/estágio
- UFSC
- Outro. Qual?

13. Qual das alternativas melhor define seu comportamento nas redes sociais?

- Costumo publicar conteúdo próprio e recebo feedbacks
- Compartilho conteúdo que julgo relevante
- Apenas observo o que está acontecendo; não interajo com frequência

14. Para quais finalidades você utiliza o Facebook?

- Manter contato com amigos/familiares
- Reencontrar velhos amigos
- Conhecer pessoas com interesses em comum
- Atualizar-se com notícias e acontecimentos
- Acompanhar atualizações e/ou interagir com pessoas influentes como celebridades, atletas e políticos
- Acompanhar novidades das marcas e/ou opinar sobre produtos e serviços
- Disseminar e/ou receber informações de cunho acadêmico/profissional
- Não utilizo facebook

15. Para quais finalidades você utiliza o Twitter?

- Manter contato com amigos/familiares
- Conhecer pessoas com interesses em comum
- Atualizar-se com notícias e acontecimentos
- Disseminar e/ou receber informações de cunho acadêmico/profissional
- Acompanhar novidades das marcas e/ou opinar sobre produtos e serviços
- Acompanhar atualizações e/ou interagir com pessoas influentes como celebridades, atletas e políticos
- Não utilizo twitter

16. Para quais finalidades você utiliza o LinkedIn?

- Manter contatos profissionais
- Retomar contatos
- Buscar oportunidades de carreira
- Tomar conhecimento de novos empreendimentos
- Divulgar habilidades e competências
- Solicitações de referência
- Participar de fóruns de discussões
- Não utilizo LinkedIn