



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

**MARIA INÊS SANTOS DO NASCIMENTO**



FONTE DA IMAGEM: <http://www.mestreseio.com.br>

**A CONTRIBUIÇÃO DAS REDES SOCIAIS NA  
DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO:  
Estudo de caso do LinkedIn com Profissionais da Informação**

João Pessoa - PB  
2011

**MARIA INÊS SANTOS DO NASCIMENTO**

**A CONTRIBUIÇÃO DAS REDES SOCIAIS NA  
DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO:**  
Estudo de caso do LinkedIn com Profissionais da Informação

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Graduação em Biblioteconomia  
da Universidade Federal da Paraíba-UFPB,  
como requisito parcial para a obtenção do  
Grau de Bacharela em Biblioteconomia.

Orientador: Prof. Dr. Wagner Junqueira Araújo

Catálogo da Publicação na Fonte. Universidade Federal da Paraíba.

Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA).

Nascimento, Maria Inês Santos do.

A contribuição das redes sociais na disseminação da informação: estudo de caso do LinkedIn com Profissionais da Informação. / Maria Inês Santos do Nascimento. - João Pessoa, 2011. 59f., il.

Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal da Paraíba - Centro de Ciências Sociais Aplicadas

Orientador: Prof. Dr. Wagner Junqueira Araújo

1. Redes sociais – Informação. 2. Internet. 3. Disseminação da informação-  
Bibliotecários. I. Título.

BSE-CCHLA

CDU 316.472.4

**MARIA INÊS SANTOS DO NASCIMENTO**

**A CONTRIBUIÇÃO DAS REDES SOCIAIS NA  
DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO:**  
Estudo de caso do LinkedIn com Profissionais da Informação

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Graduação em Biblioteconomia  
da Universidade Federal da Paraíba-UFPB,  
como requisito parcial para a obtenção do  
Grau de Bacharela em Biblioteconomia.

Aprovada em / /

**BANCA EXAMINADORA:**

---

**Prof. Dr. Wagner Junqueira Araújo**  
Universidade Federal da Paraíba  
Orientador

---

**Prof. Dr. Marckson Roberto Ferreira de Sousa**  
Universidade Federal da Paraíba

---

**Profa. Maria Meriane Vieira Rocha**  
Universidade Federal da Paraíba

João Pessoa - PB  
2011

Á minha mãe D. Maria, pelo amor dedicado a mim pela compreensão, incentivo e força na batalha pela conquista dos meus objetivos.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pela saúde, pela oportunidade, pela coragem e sabedoria que tem me dado para que eu pudesse chegar ao término do meu curso, superando todos os obstáculos.

À minha mãe D. **Maria**, por ter me educado e ter feito de mim uma pessoa determinada, persistente e confiante na busca e realização das minhas metas e objetivos.

À minha irmã **Carmem**, pela força e compreensão nos momentos em que estive ausente, que por muitas vezes abriu mão dos seus sonhos para que eu realizasse os meus.

Aos meus filhos **Kaline e Kennedy**, que com o seu amor e carinho acreditaram em mim e levaram esta conquista como referência para suas vidas.

À minha amiga e companheira **Geuba**, que sempre esteve do meu lado nos momentos mais difíceis, me encorajando a sempre seguir em frente e jamais desistir.

Às minhas amigas **Neusa e Waldilene**, pelo companheirismo e por estarmos juntas ao longo desses cinco anos de convivência.

Ao meu professor e orientador **Wagner Junqueira**, pela atenção, compreensão e paciência em me orientar.

A todos os professores do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba, pela atenção dada aos seus alunos, pelo que foram capazes de nos ensinar.

Aos meus colegas de curso, pelos momentos de estudo e de discussões.

A todos os que direta ou indiretamente contribuíram para a realização desta monografia.

*“Para entender os fluxos de informação dentro das redes na Internet, é preciso compreender também os valores percebidos nos sites de redes sociais e as conexões estabelecidas entre os atores em cada um desses espaços”. Raquel Recuero*

## RESUMO

O termo redes sociais é utilizado para descrever as relações existentes entre as pessoas. Nesse sentido este trabalho analisa as redes sociais como uma ferramenta para a disseminação da informação. Apresenta uma revisão de literatura sobre a origem e evolução histórica das redes sociais, dando ênfase às redes sociais profissionais. Utiliza a metodologia quantitativa e qualitativa, baseada em análise de conteúdo e estudo de caso. Adota a técnica de análise documental, tendo como objeto de estudo os profissionais usuários cadastrados no LinkedIn que compõem a rede do autor. Desenvolve instrumento próprio para a coleta de dados. A pesquisa é de caráter exploratório descritiva, tem como finalidade verificar a interação informacional dos profissionais da área de ciência da informação e áreas afins, usuários da rede social LinkedIn, por meio da compreensão, mediação, circulação e uso da informação. Considera que é possível identificar a disseminação da informação na rede social LinkedIn, que a transferência se dá através das conexões existentes entre os usuários da rede, principalmente pela troca de mensagens e grupos de discussões. Identifica a existência de comunicação e interação entre profissionais da informação em diversas áreas. Apresenta dados e relações quantitativas a partir da coleta de dados realizada. Acredita que através das redes sociais profissionais, possa existir a possibilidade de ser mais uma ferramenta para o profissional da informação no uso nas unidades de informação. Para que essa ferramenta seja eficaz, é necessário que os profissionais da informação interajam com outros profissionais. Recomenda que as redes sociais podem ser utilizadas de várias maneiras estudantes podem utilizar esta rede para manter contato com outros estudantes de outros cursos do Brasil e do mundo. Profissionais de diferentes áreas podem manter contato com outros profissionais e até mesmo com outras organizações.

Palavras-chave: Redes sociais. Profissional da Informação. Disseminação da Informação. LinkedIn.



## **ABSTRACT**

The term social networking is used to describe the relationships between people. In this sense this paper examines social networks as a tool for the dissemination of information. Presents a literature review on the origin and historical evolution of social networks, emphasizing the professional social networks. Uses quantitative and qualitative methodology, based on content analysis and case study. It adopts the technique of document analysis, with the object of study professional users in the LinkedIn network that make up the author. Develop instrument for data collection. The research is descriptive and exploratory, intended to check the informational interaction of professionals in information science and related areas, users of the LinkedIn social network, through understanding, mediation, circulation and use of information. Considers that it is possible to identify the dissemination of information on social networking LinkedIn, that the transfer takes place through the connections between network users, especially for messaging and discussion groups. Identifies the existence of communication and interaction among information professionals in various fields. Presents quantitative data and relationships from the data collections. Believes that through professional social networks, may be possible to be more a tool for the professional use of information in the units of information. For this tool to be effective, it is necessary for information workers to interact with other professionals. Recommends that social networks can be used in various ways students can use this network to contact other students from other courses in Brazil and the world. Professionals from different areas can keep in touch with other professionals and even other organizations.

**Keywords:** Social networks. Professional Information. Dissemination of Information. LinkedIn.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	- Idade de usuários que acessam as redes sociais no Brasil.....	33
Gráfico 2	- Redes sociais mais acessadas no mundo.....	36
Gráfico 3	- Identificação do Profissional da informação.....	65
Gráfico 4	- Tipo de informação.....	66
Gráfico 5	- Tipo de Empresa.....	68
Gráfico 6	- Crescimento das conexões dos usuários.....	69
Gráfico 7	- Localização geográfica dos sujeitos da amostra.....	71
Gráfico 8	- Formação acadêmica.....	72
Gráfico 9	- Cursos de graduação.....	72
Gráfico 10	- Grupos de interesse.....	74

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1	- Crescimento das conexões.....	70
Tabela 2	- Variável interesse de cada profissional.....	73

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1	- Sistema USENET.....	24
Ilustração 2	- <i>Bulletin Board Systems</i> .....	25
Ilustração 3	- Logotipo do ICQ.....	28
Ilustração 4	- Logotipo do MSN.....	29
Ilustração 5	-Página do Livejournal.....	30
Ilustração 6	- Infográfico das redes sociais mais acessadas no Brasil.....	34
Ilustração 7	-Logotipo do facebook.....	37
Ilustração 8	-Logotipo do Myspace.....	39
Ilustração 9	- Logotipo do Twitter.....	40
Ilustração 10	- Logotipo do Flixster.....	40
Ilustração 11	- Página do autor no LinkedIn.....	45
Ilustração 12	- Logotipo da rede social Viadeo.....	46
Ilustração 13	- Logotipo da rede social Xing.....	47
Ilustração 14	- Logotipo da rede social Plaxo.....	47
Ilustração 15	- Página de um blog na rede social Plaxo.....	48
Ilustração 16	- Página do e-mail do autor com o grupo Bibliotecários do Brasil.....	76
Ilustração 17	-Página do e-mail do autor com o grupo Bibliotecas 2.0.....	77

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1	-Lista de BBS brasileiras.....	26
Quadro 2	- Lista de redes sociais na Internet.....	31
Quadro 3	- Estatística do facebook em dezembro de 2010.....	38
Quadro 4	-Quadro-4 Designações mais frequentes para o “profissional da informação”	56
Quadro 5	- Análise do perfil do profissional usuário analisado no LinkedIn.....	62
Quadro 6	- Grupos e associações.....	75

## **LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**AERS** - Analise Estrutural de Redes Sociais

**CMC** - Comunicação mediada pelo computador

**IMC** - Interação mediada pelo Computador

**IRC** - Internet Relay Chat

**RS** - Redes Sociais

**RSP** - Redes Sociais Profissionais

**TIC** - Tecnologia da Informação e Comunicação

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>17</b>
1.1	Justificativa e problematização.....	19
<b>2</b>	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>21</b>
2.1	Objetivo Geral.....	21
2.2	Objetivos Específicos.....	21
<b>3</b>	<b>REVISÃO DA LITERATURA.....</b>	<b>23</b>
3.1	Evolução histórica das redes sociais.....	23
3.2	Redes Sociais no mundo.....	33
3.2.1	Facebook.....	37
3.2.2	Myspace.....	39
3.2.3	Twitter.....	39
3.2.4	Flixster.....	40
3.3	Redes Sociais Profissionais.....	41
3.4	Rede social LinkedIn.....	43
3.4.1	Rede social Viadeo.....	45
3.4.2	Rede social XING.....	46
3.4.3	Rede Social Plaxo.....	47
<b>4</b>	<b>ANÁLISE DE REDES SOCIAIS.....</b>	<b>49</b>

4.1	A disseminação da informação em Redes Sociais.....	52
<b>5</b>	<b>O PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO E O MERCADO DE TRABALHO.....</b>	<b>55</b>
5.1	O Profissional bibliotecário.....	58
<b>6</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>61</b>
6.1	Tipo de pesquisa.....	61
6.2	Fases da pesquisa.....	61
6.3	Procedimentos da coleta de dados.....	62
6.4	Ambiente da pesquisa .....	63
6.5	População sujeitos da pesquisa.....	63
<b>7</b>	<b>ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS.....</b>	<b>65</b>
<b>8</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>79</b>

## **REFERÊNCIAS**

## **APÊNDICE**





## 1 INTRODUÇÃO

A explosão da informação e o desenvolvimento de novas ferramentas tecnológicas assumem um papel significativo no desenvolvimento da sociedade. As pessoas estão inseridas na sociedade por meio de novas formas de relação, comunicação e organização, relações que desenvolveram durante toda sua vida.

Com a consolidação da *Internet*, como principal meio de produção das fontes e fluxos de informação científica e técnica, surge a *Web*. “A *Web* pode ser conceituada como um ambiente virtual de busca de informações do mundo da mídia eletrônica, principalmente pela utilização da hipermídia (som, imagem, hipertexto) em seus mecanismos de navegação”. (NAUZ, 1999 *apud* BRITO, 2010 p. 16).

A *Internet*, entendida como a grande rede disponibiliza ferramentas utilizadas como fontes de informação, entretenimento, serviços e comunicação.

Nessa perspectiva, as redes sociais (RS) ou redes de relacionamento, que para Marteleto e Silva (2004, p. 41), “são sistemas compostos por ‘nós’ e conexões entre eles que, nas ciências sociais, são representados por sujeitos sociais (indivíduos, grupos, organizações etc.) conectados por algum tipo de relação em qualquer parte do mundo”.

Tammaro (2008), afirma que “a formação de redes de interação e comunicação nas mais diversas esferas do conhecimento, tem aumentado o grande fluxo e circulação da informação”. A produção de documentos em formato digital e a transmissão de dados pelas redes, acessíveis a todos os cidadãos provocou uma grande revolução na disseminação da informação, todos podem acessar uma grande quantidade de informação atualizada com muito mais facilidade.

Conforme (CASTELLS, 2003 *apud* MUCHERONI, 2010), “atividades econômicas, sociais, políticas e culturais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela *Internet* e em torno dela, como por outras redes de computadores”. A velocidade com que as informações são processadas, renovadas e disponibilizadas em meio eletrônico, como também os recursos que facilitam o acesso e uso da rede por qualquer pessoa que saiba manusear um computador o outro dispositivo de acesso à *Web* permite a conexão com um ou vários sujeitos, desta forma construindo assim uma rede de relacionamentos social ou profissional.

Nesse sentido, esta pesquisa interessa-se em avaliar a contribuição das redes sociais na disseminação da informação, tendo como instrumento o uso desta ferramenta na interação com outros profissionais.

A motivação pessoal e o interesse em discutir a temática, Redes Sociais surgiu a partir de trabalhos realizados na disciplina Disseminação da Informação II, onde tivemos os primeiros contatos com essa ferramenta.

A estrutura do estudo segue a partir da definição dos objetivos, fundamentação teórica, seguida de uma abordagem à rede social LinkedIn, o profissional da informação e por fim o profissional bibliotecário.

A metodologia traçada para atingir os objetivos da pesquisa segue assim descrita: a) tipo da pesquisa (qualitativa realizada através de levantamento bibliográfico, estudo de caso e análise de conteúdo), b) fases da pesquisa (foi analisado o perfil do profissional no LinkedIn, em seguida identificou-se o profissional bibliotecário, posteriormente foi analisado que tipo de informação circula na rede, tipo de empresas que estão cadastradas, o grau de conexão entre os usuários e o LinkedIn.), c) procedimentos da coleta de dados (realizado através de análise documental), d) ambiente da pesquisa (LinkedIn), população (amostra intencional, profissionais cadastrados), e) análise dos dados.

Num primeiro momento, abordamos a evolução histórica das redes sociais na disseminação da informação no campo da Ciência da Informação. Num segundo momento, fizemos um relato sobre a rede profissional LinkedIn, sua evolução e crescimento no Brasil e por fim, o profissional da informação, como administrador, dando ênfase ao profissional bibliotecário.

## 1.1 Justificativa e problematização

A velocidade com que a informação é disseminada na *Web* permite que as pessoas estejam cada vez mais conectadas nessa interação homem computador. Vivemos em um mundo globalizado, novas relações ou laços vão se formando e construindo a grande rede, de forma que estas interações podem ser estabelecidas seja no lado afetivo ou profissional. Nesse sentido, avaliamos a rede social como uma ferramenta de interação social, um canal de transferência da informação acessível em várias mídias que pode auxiliar o profissional da informação na coleta, produção, uso, e transferência da informação.

Segundo Ribas e Ziviani (2008 p. 5), relata:

É o constante fluir de imagens, informações e mensagens que a rede possibilita, além de ser um espaço de transição, que permite a comunicação permanente, precisa e rápida entre os atores da cena mundial, ou seja, uma maneira de constituir-se socialmente com grande potencial interativo.

Ainda segundo o mesmo autor, “os atuais padrões de interações, sociabilidades, colaborações, vínculos e compromissos estabelecidos no ciberespaço e pelo constante desenvolvimento das TICs, constitui-se no que denominamos sociedade interativa”.

Nesse sentido, este estudo dedica-se analisar a dinâmica informacional do LinkedIn, visando compreender a mediação, circulação e uso da informação no contexto das redes sociais.

O LinkedIn está entre as redes sociais profissionais mais populares da *Internet*. É um site focado no ambiente corporativo. Escolhemos a mesma como base para nossa pesquisa, devido haver vários usuários profissionais da informação em diferentes organizações, como também em outras áreas.

Neste contexto levantamos as seguintes questões: Que tipo de informação circula na rede LinkedIn? Qual o perfil do usuário? Que tipo de empresas estão cadastradas no LinkedIn?

Tais questionamentos nos direcionaram ao desenvolvimento desta pesquisa, que se propõe a verificar as possibilidades de contribuição das Redes Sociais na Disseminação da Informação por meio da implementação de um estudo de caso.



## 2 OBJETIVOS

Os objetivos desta pesquisa foram assim identificados:

### 2.1 Objetivo Geral

Verificar a interação informacional dos profissionais da área de Ciência da Informação e áreas afins, como usuários da rede social LinkedIn, por meio da análise dos perfis destes usuários, dos tipos das informações que circulam na rede, instituições a que estes profissionais estão vinculados e o grau de conexão entre os mesmos.

### 2.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar os profissionais da informação;
- b) Traçar o perfil de cada Profissional da Informação no LinkedIn;
- c) Identificar que tipo de informação circula na rede;
- d) Identificar que tipo de empresas estão cadastradas no LinkedIn;
- e) Verificar o grau de conexão entre os usuários do LinkedIn.



### 3 REVISÃO DA LITERATURA

Os estudos de redes receberam renovada atenção no final da década de 90 e início dos anos 2000. “Uma das principais mudanças foi a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC)”. (RECUERO 2009, p. 20).

Neste capítulo estaremos abordando de que forma as estruturas das redes surgiram e como são compostas; os tipos de redes; o grau de conexões e como a interação mediada pelo computador pode gerar fluxos de informação.

Nesse contexto, pesquisas vem sendo realizadas no Brasil no campo da Ciência da Informação. Diferentes autores mostram crescentes níveis de colaboração, de forma que nos últimos anos estudos a respeito de redes sociais vem ganhando destaque. “Modelos de geração e crescimento de redes têm sido propostos e suas propriedades têm sido estudadas” (BRANDÃO, PARREIRAS E SILVA 2007 *apud* PAZ JUNIOR, [s.d.]). A exemplo de trabalhos relacionados como: Das redes sociais a inovação (TOMAÉL; ALCARÁ; DI CHIARA, 2005), Análise de estudo e transferência da informação (MARTELETO, 2001), Redes de informação nas relações sociais (RIBAS; ZIVIANI, 2008), Redes de colaboração científica (MAIA; CAREGNATO, 2006), Administração da informação (GRAEMIL; MACADA; ROSSONI, 2010).

Desta forma, visando compreender o surgimento e evolução das redes sociais, relatamos a seguir um breve histórico.

#### 3.1 Evolução Histórica das redes sociais

A evolução histórica das redes sociais teve início em 1977<sup>1</sup>, quando foi criada a *Six Degrees* a primeira rede social, permitia que seus usuários criassem um perfil e se tornassem amigos dos demais usuários. Foi vendido no ano de 2000, e em 2001 foi extinto.

Entre os anos de 1977 a 2001, surgiram os sites *AssianAvenue*, *MiGente* e *BlackPlanet*, permitiam a publicação de listagem de contatos, como também que seus usuários adicionassem amigos e criassem seus perfis que poderiam ser pessoais ou

---

<sup>1</sup> A história das redes sociais. Disponível em: <http://artigonal.com/marketing-na-internet/artigos>.



profissionais. Não era necessário a aprovação do convidado para que o mesmo fosse adicionado.

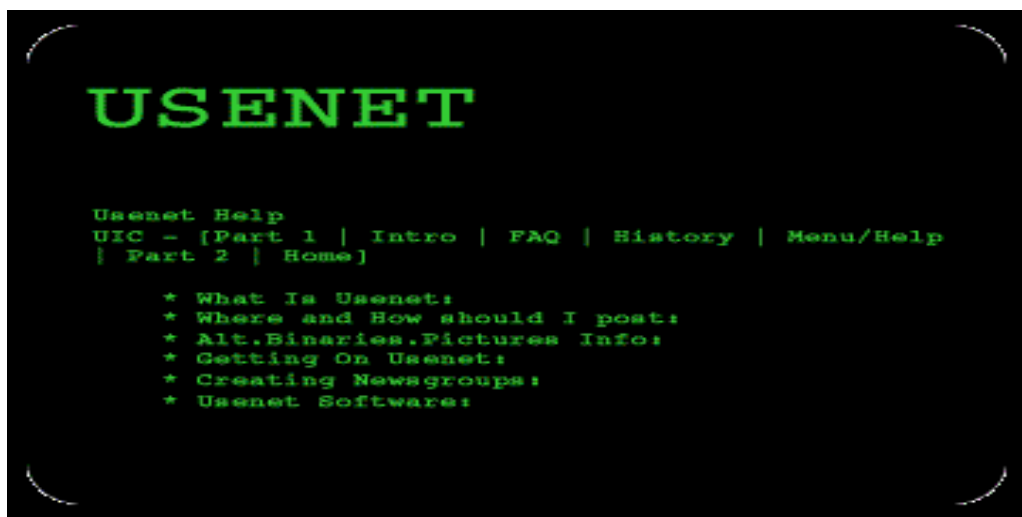
Segundo Santos (2011), também em 1977, surge um dos primeiros provedores da *internet*, a *América Online*, que foi uma das pioneiras na categoria bate-papo.

Com a *AOL Messenger* as primeiras mensagens instantâneas começavam a ser enviadas pela *internet*. Porém, mesmo com o acesso limitado aos assinantes do provedor, a *AOL Messenger* teve um papel importante na popularização das mensagens instantâneas.

Logo após o surgimento dos primeiros provedores, em 1979 *Tom Truscott* e *Jim Ellis*, criaram o sistema *Usenet* que permitia ao usuário postar artigos e fazer comentários em grupos de notícias.

O sistema *Usenet* não possui um servidor central ou um administrador responsável, é em grande parte um percussor de *Newsletters* e do *RSS feed*, usado para acompanhar notícias de blogs e sites. Na ilustração 1, podemos visualizar a página do sistema *usenet*.

Ilustração 1- Sistema *USENET*



Fonte: Imagens, Bulletin Board Systems. <http://www.google.com.br>, 2011.

Alguns sites de criação de *groups* usam parte das convenções estabelecidas pela rede original *Usenet*. Citamos como exemplo o *google Groups* e o *Yahoo! Groups*.

Em 1977, surgem os primeiros BBS nos EUA, e em 1984 no Brasil. A sigla BBS, ou CBBS na forma original, significa *Computer Bulletin Board System*, cuja tradição mais direta seria, “Sistema de Quadro de Avisos por Computador”. *Bulletin Board Systems* (BBS) e a

versão *FidoNet* foram programados exclusivamente para computadores pessoais, porém se espalhou rapidamente.

O BBS é um sistema que permite a conexão via telefone a um sistema através do computador, foi o primeiro site que possibilitou aos usuários fazer *login* e interagir uns com os outros de forma que apenas uma pessoa por vez poderia ter acesso. Naquela época muitos BBS eram legítimos, porém a maioria estava envolvida em práticas ilegais tais como: informações como *rackear* sistemas, vírus, clonar telefones, são algumas dessas práticas. No final dos anos 70 o BBS (*Bulletin Board Systems*) foi o primeiro a ser colocado *on-line*. (ZAMBON, 1999).

Conforme ilustração a seguir pode visualizar o BBS *Bulletin Board System*. Em sua página podemos observar a data de exibição e o nome do operador (Lukas de Groen), a rede *fidonet* entre outras informações.

Ilustração 2 - *Bulletin Board Systems*

```

ansi_xterm
[IN-Ned] Nieuwe software in Nederland #416
Date      : 26-08-2003 21:47:18 Echomail
From      : Lukas de Groen (2:280/1027)
To        : Iedereen
Subject   : Nieuwe bestanden op www.dreamlandbbs.com
          "+" Next reply: 417 "-" Reply to: 413
System name Dreamland BBS
Sysop      Lukas De Groen (lukas@dreamlandbbs.com)
Location   Dordrecht, The Netherlands
Remark     Dreamland BBS, your great source for files!
Network aka 2:280/1027@fidonet
Internet   http://www.dreamlandbbs.com
Running    MBSE BBS v0.37.2 on Linux-i386

Modem Phone number      Maximum speed      Fidonet Flags
-----
ISDN   31-78-6210372     64 kbits          XA,X75,CM
ISDN   31-78-6212902     64 kbits          XA,X75,CM
Modem  31-78-6210372     33.6 kbits       HST,UFC,U34,U42B,X2,U90,CM,XA

Area ALLFILES - Allfiles listing Dreamland BBS
More (Y/n/=) █

```

Fonte: Imagens, Bulletin Board Systems. <http://www.google.com.br>, 2011

Os BBS também eram usados por empresas, com um computador e um telefone de forma que conseguia-se enviar pedidos de vendas e até mesmo interagir com os dados da empresa. Os BBS trocavam entre si mensagens através de redes de correio. No Brasil houve destaque para a rede RBT que chegou a ter 130 BBSs filiadas. É uma associação nacional de correio eletrônico, criada em 1992 em Recife, PE, por um grupo de *sysops*, (Operadores de Sistemas). Como Associação sem fins lucrativos, a RBT se propõe a prestar serviços de

interesse da sociedade brasileira, disseminando conhecimento, informação e tecnologia a custos baixos. Muitos dos seus integrantes são programadores e alunos de informática, assim ajudam no desenvolvimento de tecnologia nacional. Em maio de 2002, após dois anos de manutenção de uma ponte regular exportando áreas da RBT para a *Fidonet*<sup>1</sup>, com a redução da quantidade de sistemas, a RBT deixou de manter estrutura e *nordelist* independentes e passou a fazer parte da *Fidonet* como um grupo de distribuição de *echomail* em língua portuguesa aberto a sistemas interessados não só do Brasil, mas de vários outros países. (ZAMBON, 1999).

Após o surgimento da *Internet* os BBS praticamente desapareceram devido a algumas situações tais como: o acesso aos BBSs implicava custos de comunicação mais elevados do que a *Internet*, tinham capacidade de conectividade muito reduzida quando comparada com as da *Internet*, a *WWW* é mais fácil de utilizar que o BBS.<sup>2</sup> No quadro 1, podemos observar alguns dos BBS brasileiros.

Quadro 1- Lista de BBS brasileiras

<i>FidoNet</i> <sup>3</sup> / BBS,s do Brasil RBT.	Rede brasileira de teleinformática, maior rede brasileira de BBS,s.
MixBrasil.	O atual site gay MixBrasil nasceu como BBS na Vila Madalena em São Paulo nos anos 90.
Máster Link BBS.	Extinta em 1994.
SENNA BBS (Porto Alegre, RS).	Criada em 1994 e extinta em 1999.
BluSistema BBS (Blumenau, SC).	Criada em 1991 e extinta em 1997.
<i>Xtreme Dynasty</i> BBS (Rio de Janeiro, RJ).	Criada em 1996 e extinta em 1998.
Fórum-80 (Rio de Janeiro, RJ).	Início em 1984, primeira BBS brasileira a operar 24hs.
Odonto Line BBS (São Paulo, SP).	Iniciou suas operações em 1991 com o nome de Odonto Line BBS. Uma das primeiras BBS a enviar email através de UUCP da Embratel em 1995.
STI BBS (São Paulo, SP).	Tornou-se STI Internet, vendida a PSINet em 1999.

Fonte: elaborado pelo autor, 2011. Adaptado de: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Bulletin\\_board\\_system](http://pt.wikipedia.org/wiki/Bulletin_board_system)

<sup>2</sup>Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Bulletin\\_board\\_system](http://pt.wikipedia.org/wiki/Bulletin_board_system).

<sup>3</sup> *Fidonet* é uma rede de troca de mensagens entre BBS, fundada em 1984 por *Tom Jennings*, de São Francisco, Califórnia, EUA. [http://www.livinginternet.com/u/ui\\_fidonet.htm](http://www.livinginternet.com/u/ui_fidonet.htm).

Conforme análise do quadro 1, observamos que a média de duração de alguns BBS girava em torno de 5 a 6 anos, devido ao surgimento da *Internet* e novas tecnologias. Logo após os BBS, surgem os serviços *On-line* conhecidos como *CompuServe* ou *Prodigy* entre outros.

A *CompuServe* foi a primeira empresa que implantou um chat em serviços *on-line* com acesso a *Internet* em nível internacional.

Conforme notícia publicada no site Terra (07 de julho, 2009) relata que:

A *CompuServe* era tanto um clube dos corações solitários para os primeiros usuários dos serviços *online* quanto uma incubadora de comércio *online* mais de uma década antes que a *web* fosse inventada. Em 1983, a *CompuServe* veiculou uma campanha publicitária para um primitivo chat via e-mail que permitia que os usuários ‘falassem com amigos e influenciassem pessoas em 72 canais’. O serviço popularizou pseudônimos entre usuários. [...] a *CompuServe* desenvolveu a idéia de criar aplicativos para seus serviços que atrairiam a lealdade dos consumidores. [...]. Os serviços variavam de notícias, esportes e meteorologia, a reserva de passagens aéreas e informações sobre cotações de ações. A *CompuServe* foi uma vítima de seu próprio sucesso em atrair a primeira geração de *geeks* (homens e mulheres viciados em tecnologia), que se auto-ensinaram a navegar em um mundo *online* através de comandos e códigos de computadores. Quando a *web* e outras maneiras fáceis de navegar por telas de computadores apareceram, membros da *CompuServe* olharam com desprezo à idéia de que o serviço teria que se adaptar. (HTTP://TECNOLOGIA.TERRA.COM.BR).

Neste mesmo ano, o site publica o fechamento da empresa após 30 anos de funcionamento. A *CompuServe* foi muito popular nos anos 90 e depois foi fundida com a AOL, o serviço ainda existe em uma nova versão, *CompuServe 2000* como uma marca AOL de acesso a *Internet*.

Em 1985, a *General Electric* cria o projeto *GENie* (General Electric para Intercâmbio de Informações) foi um serviço *on-line* criado por um General Electric negócio - GEIS (agora GXS), que funcionou de 1985 até o final de 1999. Em 1994, *GENie* alegou cerca de 350.000 usuários, era um projeto de serviços *on-line* baseado no envio de textos e foi considerado um dos principais concorrentes da *CompuServe*. O projeto oferecia jogos, *shopping*, e-mails e fóruns. Disponibilizava uma revista impressa que ficava a disposição dos usuários, durante anos foi o segundo como prestador de serviços, perdendo apenas para *CompuServ*, não conseguiu manter-se quando *Prodigy* e *America Online*, produziram gráficos baseados em serviços *online* que atraiu as massas.

---

Em 1996, GE vendeu *GENie* para *Yovelle*, que mais tarde foi adquirida pela IDT corp, IDT tentou a transição de *GENie* para um provedor de serviços na *Internet* mas falhou. Houve uma queda no número de usuários que chegou a 10.000, e em 30 de dezembro de 1999 fechou. Vários livros, programas de TV, filmes e outros projetos tiveram como inspiração a *GENie*.<sup>4</sup>

Em 1988, é criado o IRC (*Internet Relay Chat*) usado para o compartilhamento de arquivos, links, e manter contato com outras pessoas. É considerado o pai das mensagens instantâneas, conhecida também como correio eletrônico, essa forma de interação se mantém até a atualidade.

Segundo Odde (2010)<sup>5</sup>, em meados dos anos 90 é criado o ICQ, o primeiro programa de mensagem instantânea para PCs, foi responsável, em partes, pela adoção de avatares, abreviações hoje de sucesso (LOL, BRB) e *emoticons*. Na atualidade, o *website* oferece sistema de busca, perfil pessoal, listas de privacidade, integração com o facebook, chat, modo invisível dinâmico, voz, vídeo, telefonia, cores e temas, *ICQ feeds*, navegação por abas, desagrupamento do painel voz/vídeo/*voip*, mensagem rápida “*Quick IM*” busca rápida de contatos e busca na *Internet*, organização de *pop-ups*, lembrete de aniversário e transferência de arquivo ilimitada. Na ilustração 3 podemos ver o logotipo do ICQ.

Ilustração 3 – Logotipo do ICQ



Fonte da imagem: <http://blog.odde.com.br/> 2011.

Logo após a criação do ICQ surgem outros programas de mensagens instantâneas, porém de pouca duração até a chegada do MSN, que é um programa de bate papo integrado a uma conta de e-mail. Criado em 1994, o MSN é um portal e uma rede de serviços oferecidos

---

<sup>4</sup>Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/GENie>.

<sup>5</sup> <http://blog.odde.com.br>

pela Microsoft. Seu logotipo representa uma borboleta que significa, “captura a imaginação e a liberdade” de conversas no MSN. Na ilustração 4, podemos observar o logotipo do MSN.

Ilustração 4 – Logotipo do MSN



Fonte da imagem: <http://www.google.com.br/bloginfobr.com>, 2011.

O MSN foi criado para ser um BBS (serviço *online*) para os usuários do Windows 95. Porém não conseguiu se firmar como um grande provedor, após passar por diversos processos de mudanças e vários investimentos, aparece hoje (junho/2011) em 5º lugar como um dos sites mais acessados do mundo, com 280 milhões de acesso.<sup>6</sup> Serviços históricos oferecidos pelo MSN: **CarPoint** um serviço de compra e venda de veículos, **Cinemanía** um portal de cinema, **MSN Enciclopédia** serviço de enciclopédia, **Expedia** agência de viagens, **MSNBC** serviço de notícias, **MSN Game Zone** jogos *online*, **MSN Messenger** serviço comunicador instantâneo, **MSN Grupos** serviço de comunidades virtuais, **MSN Soapbox** serviço de compartilhar vídeos, **MSN Spaces** serviço de rede social e blog, **Slate** revista eletrônica, **The plaza on MSN shopping**.<sup>7</sup> No MSN você pode adicionar amigos e conversar com eles, desde que os mesmos também sejam usuários do MSN, através de mensagens instantâneas. Em 1999, surge o *LiveJournal* uma rede social criada em cima de uma atualização constante de blogs e circuitos de notícias.

O *LiveJournal.com* é uma plataforma de blogs e comunidades *online*, construída em torno de diários pessoais, foi fundado por *Brad Fitzpatrick* em abril de 1999 com o intuito de

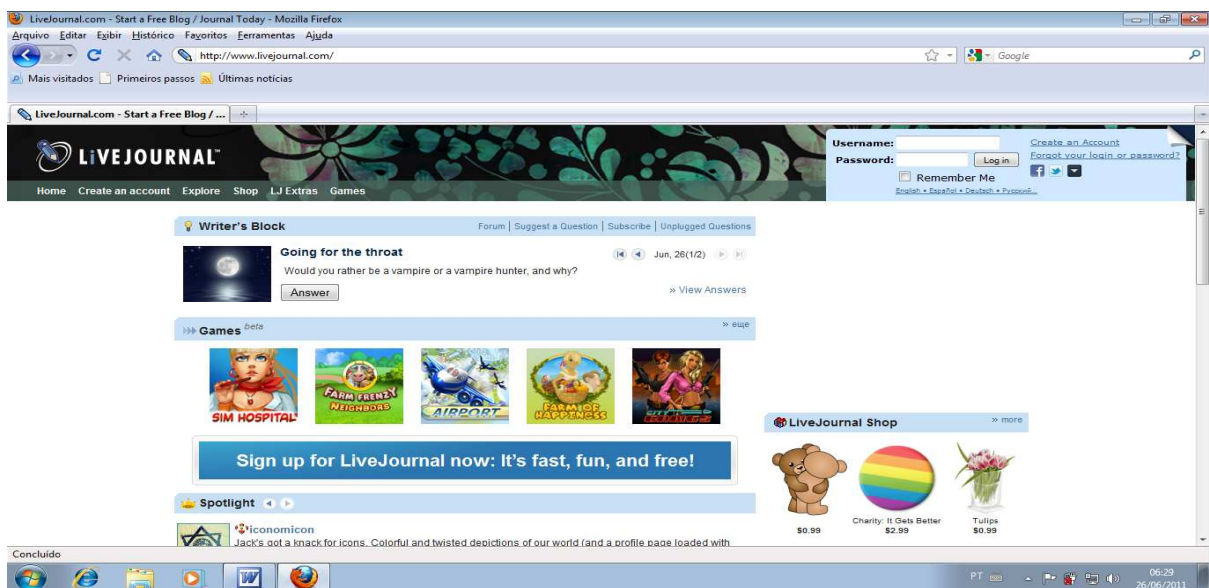
---

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.alexa.com>.

<sup>7</sup> Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/MSN>.

entreter-se com seus amigos e amigos de seus amigos, logo se tornou um sucesso.<sup>8</sup> Criado para incentivar a interação comunitária e expressão pessoal oferecendo uma interface amigável. Por causa da combinação de plataforma e mídia social, o *LiveJournal* tem uma personalidade única em diferentes países. Conforme ilustração 5, podemos analisar a página do *Livejournal*.

Ilustração 5 – Página do *Livejournal*



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

Com mais de 16 milhões de revistas sobre temas como política, entretenimento, moda, literatura e *design*. Posteriormente vieram outras redes sociais mais populares em alguns países e outras não, porém muito semelhantes como: o LinkedIn, *Myspace*, *Orkut*, *Facebook*, *Twitter*, *Flixter*, *Tagged*, entre outras. Conforme Bezerra (2009), através da rede podemos construir um relacionamento pessoal ou profissional de acordo com os gostos, desejos e identificações, compartilhar as mesmas idéias e interesses em comum, seja com outra pessoa ou com empresas de acordo com a sua área de interesse e seu perfil profissional. A seguir podemos observar no quadro 2 lista de redes sociais na *internet* com diversos perfis.

<sup>8</sup> Disponível em: <http://www.livejournal.com>.

Quadro 2 - Lista de Redes Sociais na *Internet*.

Nome	Idioma (s) da rede	Descrição/foco	Contador de membros	Tipo do Registro
<b>Amiguinhos</b>	Português	Rede de amizade e relações amorosas com Chat <i>online</i>	30. 000,00	Aberto para maiores de 14 anos.
<b>Banco do Planeta</b>	Português	Comunidade para se informar e compartilhar soluções e desafios socioambientais.	15.000	Aberta
<b>Bebo</b>	Inglês	Colégio e Faculdades	22. 000,00	Aberto
<b>Colnect</b>	35 línguas, incluindo: Inglês, Português, Espanhol, Alemão, Italiano entre outros.	Rede Social de colecionadores do mundo inteiro		Aberto
<b>Cromaz</b>	Português	Rede social brasileira com filtro geográfico, que permite localizar vizinhos (pessoas que morem no mesmo bairro, rua).	35.000	Aberto para brasileiros maiores de 16 anos.
<b>DeaeJournal</b>	Inglês	Blogs, “dark” baseados no <i>Live Journal</i> .	490,310	Por convite ou pagamento
<b>EbaH</b>	Português	Rede social de estudantes universitários no Brasil – compartilhamento de arquivos acadêmicos.	1.100,000	Aberto
<b>Facebook</b>	Inglês	Maior rede social do mundo	500. 000,000	Aberto
<b>Flickr</b>	Inglês, Português	Compartilhamento de fotografias	4.000,000	Aberto
<b>Hi5</b>	Inglês	Geral	50. 000,000	Aberto
<b>Lance ativo</b>	Português, Inglês	Sistema criado para usuários que praticam negócios virtuais, anúncios grátis, classificados grátis, Compra, Venda e Troca de produtos novos e usados.	Lance Ativo	Aberto
<b>LinkedIn</b>	Inglês	Em inglês. É um site de busca de colegas e ex-colegas de profissão.	8.500,000	Aberto
<b>Orkut</b>	Inglês, Português, Espanhol, Francês, Alemão, Russo e Japonês.	Afiliado ao <i>Google</i> , rede social com maior número de membros no Brasil.	120.000,000	Aberto
<b>Sônico</b>	Português, Espanhol, Inglês.	Possui Fórum/Galeria. Site de relacionamento voltado para os povos de língua portuguesa, espanhola e inglesa.	43.660,000	Aberto

Fonte: pesquisa de campo, 2011.



De acordo com o quadro 2, podemos observar na variedade de redes sociais, idiomas, descrição, contador de membros e tipos de registro. Observamos também redes de amizades, comunidades que compartilham assuntos relacionados ao meio ambiente, circuitos de colecionadores, filtro social para localizar pessoas, compartilhamento de arquivos acadêmicos para estudantes de faculdades e universidades e sites de relacionamentos, estas são apenas algumas das muitas redes disponíveis na *Internet*. Nesse contexto a *internet* disponibiliza uma infinidade de opções para o usuário estar sempre conectado.

Em relação ao idioma observamos que várias redes estão disponíveis em mais de um idioma entre eles Português, Inglês, Espanhol, Alemão, Italiano, Russo, Francês entre outros, em destaque o Inglês o qual predomina na maioria das redes observadas. Observamos que há várias formas de acesso: gratuito, entrada por convite ou pagamento e/ou restrito para menores.

As redes sociais estão presentes na vida das pessoas, em casa, no trabalho, no lazer e de alguma forma o usuário sempre busca uma forma de acesso.

Nesse contexto, identificamos que o celular deixa de ser apenas um aparelho telefônico e se transforma em mais um dispositivo móvel com acesso a *internet*, no qual o usuário utiliza como ferramenta.

Nesse sentido Lemos (2007 p. 1-15) aborda:

O telefone celular é a ferramenta mais importante de convergência midiática hoje. [...] o que chamamos de telefone celular é um Dispositivo (um artefato uma tecnologia de comunicação); Híbrido, já congrega funções de telefone, computador, máquina fotográfica, câmera de vídeo, processador de texto, GPS, entre outras; *Móvel*, isto é, portátil e conectado em mobilidade funcionando por redes sem fios digitais, ou seja, de *Conexão*; e *Multirredes*, já que pode empregar diversas redes, como: *Bluetooth* e infravermelho, para conexões de curto alcance entre outros dispositivos; celular, para as diversas possibilidades de troca de informações; *internet* (Wi-Fi ou Wi-Max) e redes de satélite para uso como dispositivo GPS.

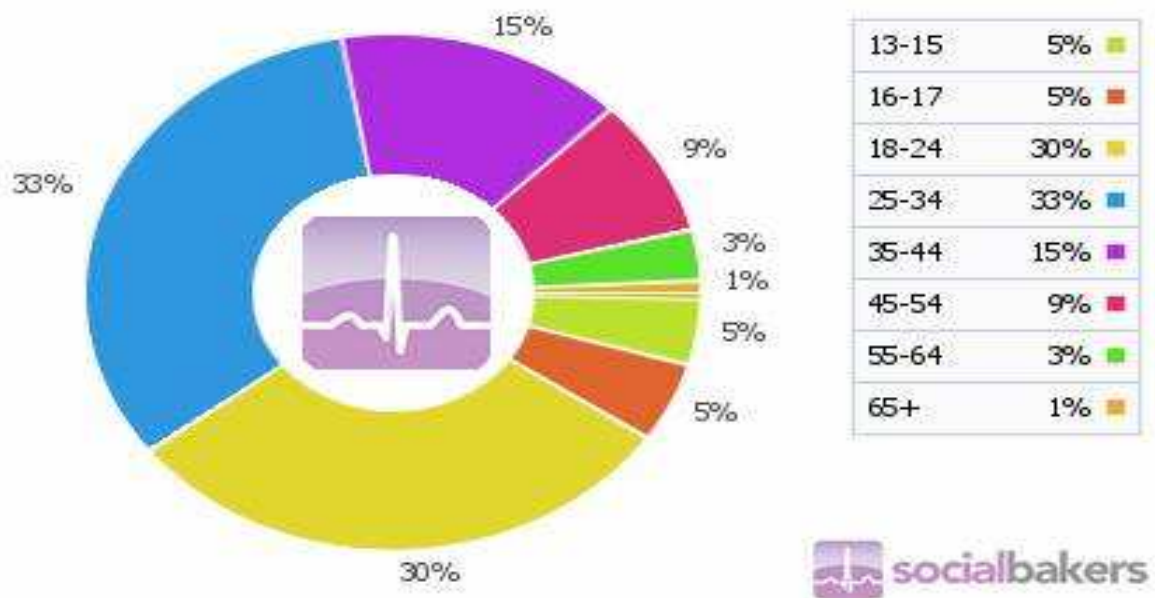
Além de um meio de comunicação, podemos tirar proveito desta ferramenta nas diversas funcionalidades que ela oferece, o usuário pode acessar a internet de qualquer lugar e através dela acessar e-mail, contas em banco, enviar e receber mensagens, vídeos bem como redes sociais.

### 3.2 Redes Sociais no mundo

Em junho de 2011, o Brasil ocupa o 8º lugar da audiência mundial na *internet*, dados publicados pela *comScore* empresa mundial de pesquisa.

Segundo a pesquisa, no país há 40 milhões de visitas feitas por pessoas com mais de 15 anos de idade que acessam a *internet* ao menos uma vez por semana. Conforme podemos observar no gráfico 1, o percentual por idade e números de acesso.

Gráfico 1 - Idade de usuários que acessam as redes sociais no Brasil



Fonte da imagem: <http://blogs.forumpcs.com.br/noticias/2011/03/24/>.

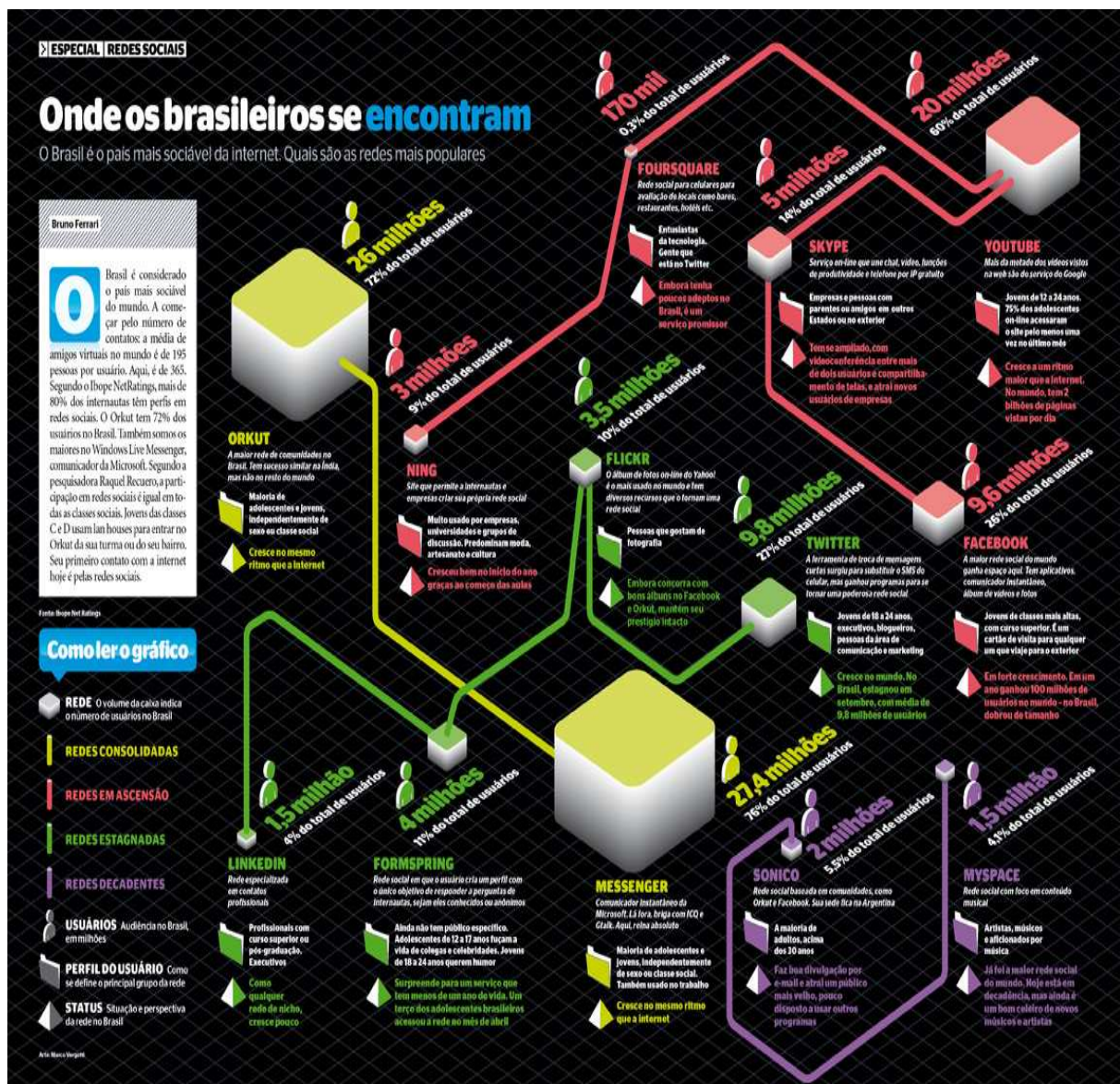
Dados da pesquisa relatam que o país passou de 33,3 milhões de usuários em dezembro de 2009 para 40 milhões em 2010, um crescimento de quase 20%.

Quanto ao perfil dos internautas brasileiros a pesquisa foi realizada com usuários com idade superior a 15 anos, o qual mostra que a faixa etária que mais acessa a rede no país é a que varia entre 25 e 34 anos de idade (33,7%), em seguida vem à faixa etária de 15 a 24 anos com (29%), a de 35 a 44 anos com (21,2%), a de 45 a 54 anos com (10,7%), e acima de 55 anos com 5,3%.

Quanto ao gênero, homens e mulheres com idade entre 15 e 24 anos gastam o mesmo tempo *on-line* durante o mês, uma média de 28,5 horas, porém na análise foi constatado que mulheres com idade entre 35 e 54 anos ficam mais tempo na *internet* que os homens.

Segundo a pesquisa, a região sudeste lidera com (68%), a região Sul (13%), e a região Nordeste (11%), porém tem o maior *time spent* (tempo gasto de navegação na *web*) no país. Nesse contexto, conforme a ilustração 6 podemos observar aonde os brasileiros se encontram, o infográfico expõe as redes mais acessadas do Brasil e algumas no mundo.

Ilustração 6 - Infográfico das redes sociais mais acessadas no Brasil



Fonte: <http://www.midiassociais.net/wp-content/uploads/2010/06/redes-sociais-mercado-revista-epoca-29-de-maio-2010.jpg>, 2011.

O Brasil é visto como o país mais sociável do mundo devido ao grande número de usuários conectados as redes sociais. Em matéria publicada na Revista Época, a média de amigos virtuais no mundo é de 195 pessoas por usuário, no Brasil é de 365. Os dados foram extraídos da pesquisa Ibope *Net Ratings*, onde mais de 80% dos internautas brasileiros tem perfis em redes sociais. O orkut tem atualmente 72% dos usuários no Brasil, o que o coloca em primeiro lugar.

Na ilustração 6, podemos observar as redes sociais mais populares. Observamos por categorias, redes consolidadas, em ascensão, estagnadas e decadentes.

Na categoria redes consolidadas, observamos o orkut e *messenger*. O orkut é a maior rede de comunidades do Brasil com um público de 26 milhões de usuários, tem sucesso similar na Índia, mas não no resto do mundo, seu público é na maioria jovens, independente do sexo ou idade.

A rede social *Messenger* com 27,4 milhões de usuários em sua maioria jovens e adolescentes, independente do sexo ou classe social continua crescendo.

Na categoria redes em ascensão, observamos as redes *Ning*, *Fourquare*, *Skype*, *Youtube* e *Facebook*, apresentam um crescimento muito rápido algumas delas crescem mais que a *internet*.

Rede social *Ning* com 3 milhões de usuários, é um site que permite aos internautas e empresas criarem sua própria rede social, muito usado por empresas, universidades e grupos de discussão. Predominam moda artesanato e cultura.

Rede Social *Fourquare* com 170 mil usuários, é uma rede social para celulares. Seus usuários são público entusiasta da tecnologia, gente que está no twitter.

Rede social *skype* com 5 milhões de usuários, oferece serviço on-line que une chat, vídeo, funções de produtividade e telefone por IP gratuito, empresas públicas, pessoas com parentes ou amigos em outros estados ou no exterior.

Rede Social *Youtube* com 20 milhões de usuários, mais da metade dos vídeos vistos na web são do serviço do *google*.

Rede Social Facebook, com 9,6 milhões de usuários, a maior rede social do mundo, tem aplicativos, comunicador instantâneo, álbum de fotos e vídeo.

Na categoria redes estagnadas, observamos as redes sociais linkedin, *formspring*, *flickr* e *twitter*.

Rede social linkedin com 1,5 milhões de usuários, especializada em contatos profissionais.

Rede social *formspring* com 4 milhões de usuários, nela o usuário cria um perfil com um único objetivo de responder as perguntas de internautas, sejam eles conhecidos ou anônimos. Ainda não tem um público específico, está composta por adolescentes de 12 a 17 anos que pesquisam a vida de colegas e celebridades e jovens de 18 a 24 anos que procuram humor.

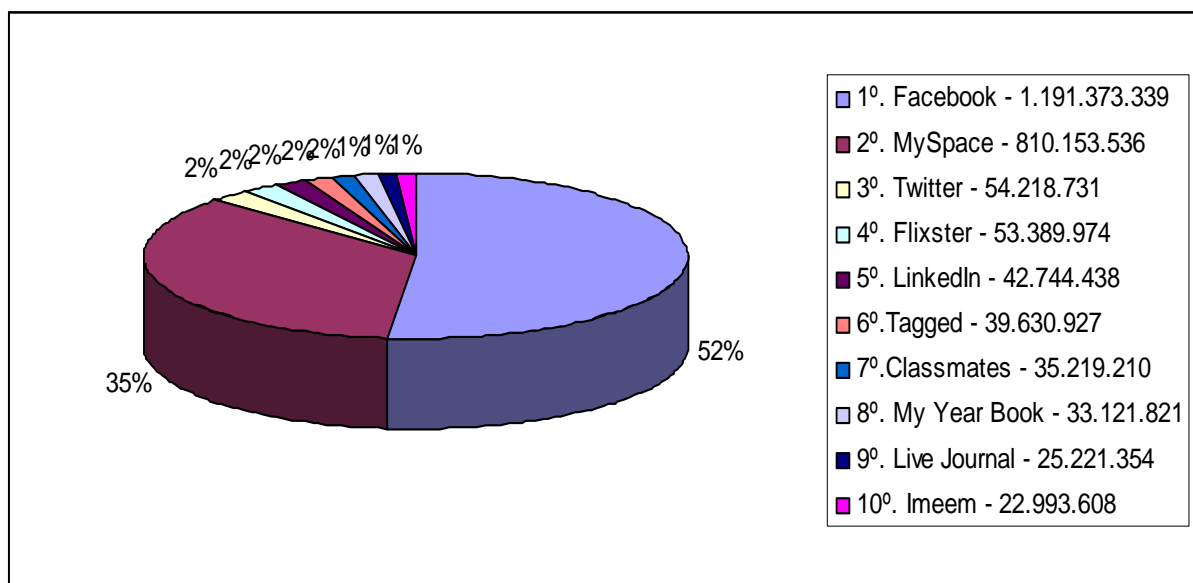
Rede social *flickr* com 3,5 milhões de usuários, é o álbum de fotos *on-line* do *yahoo*, o mais usado no mundo e tem diversos recursos que o tornam uma rede social, seu público é formado por pessoas que apreciam fotografias.

Rede social *Twitter* com 9,8 milhões de usuários oferece a ferramenta de troca de mensagens curtas. Surgiu para substituir o MSN do celular, mas ganhou programas para se tornar uma poderosa rede social, seu público é de jovens entre 18 a 24 anos, executivos, blogueiros, pessoas das áreas de comunicação e marketing.

Na categoria redes decadentes, observamos o *sônico* e *mayspace*. A rede social *sônico* com 2 milhões de usuários, é uma rede social baseada em comunidades como orkut e facebook. Sua sede fica na Argentina seu público são a maioria adulta com mais de 30 anos. Rede social *mayspace* com 1,5 milhão de usuários é focada em conteúdo musical, seu público, são artistas, músicos e aficionados por música.

De acordo com o gráfico 2 podemos observar as 10 redes sociais mais acessadas no *ranking* mundial. Faremos uma abordagem para as primeiras colocadas.

Gráfico 2 – Redes sociais mais acessadas no mundo



Fonte: adaptado do site <http://lista10.org/tech-web/as-10-maiores-redes-sociais-do-mundo/>, 2011.

### 3.2.1 Facebook

O Facebook foi criado em 2004 por três estudantes da Universidade de Havard. O objetivo era que estudantes pudessem se comunicar uns com os outros devido ao grande sucesso, logo após sua criação seus criadores tiveram que expandir para outras Universidades.

De acordo com gráfico podemos identificar o facebook, como a maior rede social da *internet*, lidera o *ranking* das redes sociais mais acessadas do mundo, ocupando o primeiro lugar entre as 10 maiores, seguida do *MySpace* em 2º lugar, e o *Twitter* em 3º lugar.

Considerado o gigante das redes sociais devido ao seu grande número de acesso. O site conta hoje com 500 milhões de usuários no mundo. Na ilustração a seguir podemos visualizar o logotipo do facebook.

Ilustração 7 – logotipo do facebook



Fonte da imagem: <http://www.leiturageral.com>

Baseado em: O Efeito facebook, *comScore*, empresa. Relatamos um breve histórico sobre a evolução do facebook desde a sua criação.<sup>9</sup>

2004 – o número de usuários chega a 1 milhão em dezembro

2005 – o número de usuários 5 milhões em outubro

2006 – o número de usuários chega a 12 milhões em dezembro

2007 - o número de usuários chega a 50 milhões em outubro

2008- o número de usuários chega a 100 milhões em agosto

2009 – o número de usuários chega a 300 milhões em setembro

2010 – o número de usuários chega a 500 milhões.

---

<sup>9</sup> Disponível em: Rev. Exame, ed. 981, p. 36, 2010.

Hoje o site conta com 250 milhões de acessos diários, ou seja, metade dos usuários entram todos os dias no facebook. São gastos 700 bilhões de minutos por mês, 30 bilhões de itens (links, notícias, fotos, vídeos etc.) são compartilhados no site todo mês, e está disponível em 70 idiomas.

No *ranking* dos países, o Brasil ocupa 19ª colocação com 7,3 milhões de usuários cadastrados no facebook. Conforme o quadro 3, podemos observar um breve histórico sobre a funcionalidade do site. Número de usuários, média de amigos, de uso, número de busca e links.

Quadro 3 - Estatística do facebook

<b>Estatística do Facebook em dezembro de 2010</b>	
<b>Usuários ativos</b>	Mais de 530 milhões
<b>Média de amigos por usuários</b>	130 pessoas
<b>Média de uso por mês</b>	700 minutos por usuários
<b>Buscas</b>	Mais de 500 milhões por mês
<b>Maiores países</b>	 Estados Unidos
	 Reino Unido
	 Índia
	 Turquia
	 França
	 Itália
	 Canadá
	 Filipinas
	 Espanha
	 México
<b>150 milhões de usuários ativos</b>	Que acessam o facebook de dispositivos móveis
<b>30 milhões de conteúdos compartilhados</b>	Web links, fotos, posts, notas, etc.

Fonte: Elaborado pelo autor adaptado de <http://pt.wikipedia.org/wiki/Facebook>, 2011.

### 3.2.2 Myspace

Considerada a segunda rede social mais acessada do mundo, o *MySpace*<sup>10</sup> é um líder de entretenimento. Impulsiona a interação social por meio de uma experiência altamente personalizada conectando pessoas a música, celebridades, TV, cinema, jogos apreciados e um blog que pode ser personalizado por cada usuário. Na ilustração 7, podemos observar logotipo do *Myspace*.

Ilustração 8 – logotipo do *Myspace*



Fonte da imagem: <http://www.artigonal.com>, 20011.

### 3.2.3 Twitter

Considerada a terceira rede social mais acessada do mundo, é uma rede social e servidor para *microblogging*, permite aos usuários enviar e receber atualizações em textos de até 140 caracteres. Pode ser usado por empresas para conectar-se ao seu cliente em tempo real. As empresas usam o *twitter*<sup>11</sup> para compartilhar informações de uma forma mais rápida com pessoas interessadas em seus produtos e serviços, pode ser acessado através de outras redes sociais e também pelo celular.

Recentemente foi lançada no Brasil uma versão em Português. Notícia publicada no blog oficial da rede.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> <http://www.myspace.com.br>

<sup>11</sup> <http://business.twitter.com/about>

<sup>12</sup> <http://www.radiometropole.com.br/n.php>



Conforme a ilustração 9, podemos observar o logotipo do Twitter.

Ilustração 9 – Logotipo do Twitter



Fonte da imagem: <http://fazerblogs.com/twitter/>, 2011.

#### 3.2.4 *Flixster*

Considerada a quarta rede social mais acessada do mundo o *Flixster* é uma rede social direcionada para usuários que gostam de filmes, é toda em inglês, através do *Flixster* o usuário pode acompanhar os novos lançamentos e a criação da sua própria lista de acordo com o gosto.

Na ilustração 9 podemos observar logotipo da rede social *Flixster*.

Ilustração 10 – Logotipo do *Flixster*



Fonte da imagem: <http://www.flixster.com/>, 2011.

O *flixxster*<sup>13</sup> disponibiliza uma lista padrão, ou seja, a primeira lista com os filmes favoritos aonde o usuário pode deixar um comentário sobre a obra. Também disponibiliza vídeos em trailers.

Segundo Tomael (2005, p.101), “as redes sociais dependem da interação de diversos atores, internos e externos à organização, dispostos a compartilhar informações e experiências, visando ao aprendizado organizacional e, conseqüentemente, contribuindo para a construção de novos conhecimentos”.

### 3.3 Redes Sociais Profissionais

Dentre as redes sociais destacamos também as Redes Sociais Profissionais (RSP). A relação entre empresas e profissionais começou a ser estudada no final dos anos 70. “Economistas e sociólogos passaram a investigar, entre outros aspectos, os fluxos de informação como sendo o processo de formação de redes (*networking process*), para compreender seu significado para o âmbito corporativo”. (MARTES, et al., p. 11, 2006).

Segundo o mesmo autor, estudos são pioneiros sobre redes sociais, dos quais enfatiza trabalhos apresentados pelo sociólogo Mark Granovetter. Neles, o autor identifica formas de acesso aos postos de trabalho. [...] aqueles que pertencem a um mesmo círculo social (mais íntimo) compartilham entre si o mesmo tipo e número de informação sobre oportunidades de emprego e contatos. Dessa forma, Powell e Smith-doerr (1994, p. 376, *apud* MARTES et. al. 2006) destacam que:

Firmas não estão apenas inseridas em uma intrincada rede de relações com outras organizações, mas também respondem as ações de firmas de alta visibilidade e prestígio no seu campo respectivo. As organizações pioneiras na adoção de práticas inovadoras mais provavelmente estão situadas na interseção de múltiplas redes, ligadas a fontes informacionais diversas, que as expõe mais rapidamente em contato tanto com novas idéias emergentes, quanto as eventuais avaliações críticas sobre seus méritos. Tomadas de conjunto, as informações disponíveis através das redes profissionais e de status, modelam as definições sobre os tipos de comportamento que são apropriados e sobre os padrões que as organizações procuram alcançar.

As organizações utilizam as redes sociais não só para encontrar profissionais, mais também como uma forma de manter contato com seus clientes e fornecedores e até mesmo

---

<sup>13</sup> <http://www.flixxster.com/>.

como uma ferramenta de marketing, na divulgação de produtos e serviços. Conforme dados publicados por Josephine no site Kioskea. net.<sup>14</sup> relata,

A rede profissional pode auxiliar uma organização na seleção e contratação de novos funcionários através de análise do perfil e do currículo focando suas qualificações e experiências, na oferta de produtos e serviços a organização usa a rede como uma estratégia de marketing e na busca de novos clientes, e ao próprio profissional se relacionar com outros profissionais da mesma área ou de outras áreas. Uma das finalidades da rede é multiplicar os seus contatos, ou seja, os amigos de seus amigos serão seus amigos, o usuário pode ter acesso a muito mais pessoas e até mesmo seguir empresas através de suas conexões. Empreendedores têm utilizado as redes sociais para buscar profissionais criativos, com capacidade de estabelecer relações de longo prazo, de pensar em temas complexos e, por isso, de propor soluções novas, como o novo ambiente de negócios brasileiro demanda. Posts, contatos e demais atividades nas redes sociais também permitem checar se os candidatos são pró-ativos, atuam guiados por valores semelhantes aos da empresa que pode contratá-lo e se tem networking relevante.

Para as organizações, essa é uma possibilidade de localizar profissionais que tenham o perfil e competências essenciais para a função ou cargo no qual a empresa necessita para tornar o processo de seleção mais eficiente.

Porém mais do que um meio para selecionar currículos, as redes sociais permitem buscar profissionais qualificados, aptos a ingressar no mercado de trabalho, oferecendo à empresa a possibilidade de uma contratação de sucesso.

Conforme notícia publicada no site administradores em 16 de junho de 2011, pesquisa realizada pela empresa Regus mostra que mais empresas brasileiras utilizam redes sociais para alavancar negócios em 2011.

Devido a esse grande sucesso no Brasil, empresas usam as redes sociais, blogs, microblogs, fóruns, como estratégia de marketing para alavancar novos negócios. Pesquisa global realizada pela Regus constatou que em 2010 49% das empresas brasileiras ganharam novos clientes através de atividades em redes sociais. Um ano depois, essa proporção cresceu dez pontos percentuais e alcançou o índice de 59%. A pesquisa revela que, também no âmbito global, mais empresas estão usando mídias sociais para se conectar e interagir com seus clientes.<sup>15</sup> (HTTP://WWW.ADMINISTRADORES.COM.BR)

Conforme o mesmo site, no Brasil 61% das empresas estimulam a participação de seus colaboradores em redes sociais como o LinkedIn, Orkut e Foursquare, contra 53% por todo o mundo.

---

<sup>14</sup> Redes sociais profissionais. Disponível em: <http://pt.kioskea.net/faq/4400-redes-sociais-profissionais#simili>

<sup>15</sup> Disponível em: Redação administradores, postado em 16 jun. 2011.

Ultimamente, o tema redes sociais profissionais tem sido um dos mais recorrentes pelas organizações e pelos profissionais, seja nos meios de comunicação, nas conversas informais ou até mesmo no próprio ambiente de trabalho, observa-se que os espaços públicos virtuais são bons lugares para identificar bons profissionais qualificados que atenda a necessidade da organização. Nesse contexto citamos algumas Redes Sociais exclusivamente profissionais: *LinkedIn, Viadeo, Xing, Ziki, Plaxo e Naymz*.<sup>16</sup>

### 3.4 Rede social LinkedIn

O LinkedIn foi criado em 2002 pelo americano *Reid Hoffman*, porém, o lançamento oficial se deu em 5 de maio de 2003. O site teve uma boa aceitação ao final do primeiro mês de operação conquistou aproximadamente 4.500 usuários. Obtém em média 1 milhão de usuários por semana, o que equivale a um novo profissional aderindo ao site em menos de um segundo. O LinkedIn conecta profissionais ao redor do mundo para ajudá-los a serem mais produtivos e obterem sucesso.

Com mais de 100 milhões de usuários no mundo, incluindo executivos de todas as empresas da *Fortune 500*, o LinkedIn é a maior rede profissional da Internet. A empresa possui um modelo de negócios diversificado com receitas provenientes de assinaturas de membros, soluções de marketing e de contratação.

Com sede no vale do Silício, o linkedin possui também diversos escritórios na América do Norte, em toda Europa e Ásia, Índia e Austrália.

A empresa é de caráter privado e tem um modelo de negócios bem diversificado, a receita provém de assinaturas de usuários, publicidade e soluções de recrutamento. Conta com cerca de 1000 funcionários espalhados pelo mundo.

Durante o ano de 2010 teve aproximadamente dois milhões de pesquisa de pessoas, com sede em *Mountain View* Califórnia, conta com filiais nas seguintes cidades dos Estados Unidos: São Francisco, Chicago, Nova Iorque e Omaha e Nebraska. O LinkedIn também marca a sua presença internacional e opera em Amsterdã, Dublin, Londres, Paris, Sydney, Toronto, e Mumbai na Índia.

---

<sup>16</sup> <http://adrianobachega.wordpress.com>.

A equipe de gestão da empresa é composta por executivos experientes vindos de empresas como *Yahoo!*, *Google*, *Microsoft*, *TiVo*, *PayPal* e *Electronic Arts*.

O LinkedIn está disponível em seis idiomas: inglês, português, francês, alemão, italiano e espanhol. Ao contrário de outras redes que priorizam a interação pessoal de maneira descontraída, o LinkedIn é uma rede focada principalmente em negócios. O propósito do serviço é permitir que os usuários disponibilizem informações completas sobre experiências profissionais, formação acadêmica, especializações, além de criar e expandir uma lista de contatos com profissionais que fazem à diferença no mercado de trabalho.

A lista de conexões pode ser utilizada tanto como uma forma de entrar em contato com profissionais conhecidos quanto para procurar oportunidades de trabalho ou de negócios.

Através das suas conexões é possível estar sempre atualizado quanto a alteração de dados no perfil do usuário conectado a sua rede. Além disso, empresas podem disponibilizar os requisitos necessários para o preenchimento de vagas disponíveis, e é possível pesquisar entre diversos perfis para ver qual o mais adequado para algum cargo importante.

Segundo a revista EXAME (Ed. 991, n.8, p. 121-122, 2011) o jornalista André Faust relata que, nos últimos meses os usuários brasileiros no LinkedIn aumentaram 428%, o crescimento mais rápido de todo o mundo. Comenta que o grande salto da empresa se deu apenas nos últimos 12 meses, a receita da empresa cresceu de 123 milhões de dólares em 2009 para 243 milhões em 2010. Atualmente, segundo a revista Fortune, das 100 maiores empresas do mundo 73 empresas usam serviços da rede social para buscar pessoas ou se aproximar de sua comunidade de negócios. Para Rafael Rez Oliveira, diretor de comunicação digital da Lógica Digital, afirma:

Ao alcançar uma massa crítica desse porte o LinkedIn começou a exercer papel de destaque nos processos de contratação de empresas inovadoras. Em carreiras concorridas, há profissionais sendo assediados pelo site com ofertas de trabalho e anúncios de vagas que aparecem para os cadastrados conforme suas qualificações. [...] Ao integrar cadastros de empresas, profissionais e universidades, o LinkedIn consegue aos poucos agrupar todas as informações sobre a carreira de um profissional. Mais importante ainda, consegue validar estas informações. [...] Ao conectar as carreiras, as empresas e os profissionais o LinkedIn está transformando o tradicional currículo, que agora permite ao profissional receber recomendações públicas de pessoas com quem trabalhou, acompanhar grupos de discussão de assuntos do seu interesse e vincular materiais de interesse profissional ao seu currículo.<sup>17</sup> (WWW.ADMINISTRADORES.COM.BR).

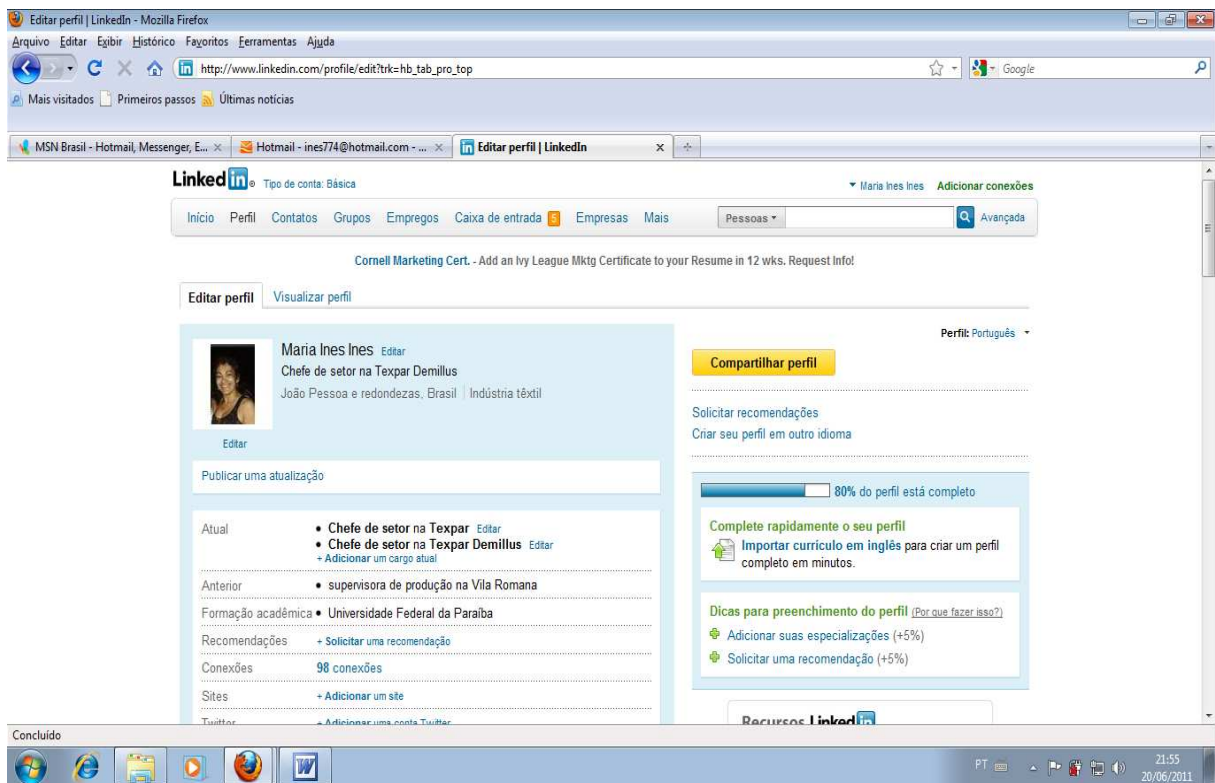
---

<sup>17</sup> Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/carreira-e-rh/estar-no-linkedin-nao-basta-saiba-usa-lo-a-seu-favor/43780/>

Segundo a rede social LinkedIn, a empresa representa um grupo valioso para o marketing como uma sociedade afluyente e influente, milhares de desenvolvedores estão utilizando as interfaces de programação de aplicativos (APIs) do LinkedIn para criar ferramentas e serviços inovadores para profissionais.

Conforme a ilustração 11, podemos visualizar na página do autor no LinkedIn, na qual a rede disponibiliza na visualização o perfil, cargo atual, cargo anterior, formação acadêmica, solicitação de recomendações, número de conexões, sites etc., também nesta página a opção de criar o perfil em outro idioma.

Ilustração 11 - Página do autor no LinkedIn



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

### 3.4.1 Rede social Viadeo

A Rede Social Viadeo é uma rede profissional voltada para o mercado de profissionais com cerca de 35 milhões de membros.

Foi fundada em 2004 pelos empresários *Dan Sefaty e Thierre Lunati*, de início a rede recebeu o nome de *Viaduc*, em 2006 a rede social recebeu o nome de Viadeo nas versões Italiano e Inglês. A empresa está sediada em Paris, e emprega uma equipe global de 200 funcionários, com escritórios em Londres, Madri, Barcelona, Milão, Pequim, Nova Delhi, Cidade do México e Montreal. É considerada a segunda maior rede social profissional do mundo. Na área de carreira, é possível fazer ligações com outros profissionais e publicar o currículo. Também há uma ferramenta para compartilhar ofertas de emprego.<sup>18</sup>

A Viadeo está disponível nos idiomas, Inglês, Francês, Alemão, Italiano, Português e Espanhol.

Conforme a ilustração 12, podemos observar o logotipo da rede social Viadeo.

Ilustração 12 - logotipo da rede social Viadeo



Sua rede é mais poderosa do que imagina

Fonte da imagem: <http://www.viadeo.com>

### 3.4.2 Rede social XING

A XING é uma rede social voltada para profissionais de negócios, com mais de 10 milhões de membros em todo o mundo, profissionais usam o Xing para impulsionar seu negócio, emprego e carreira, é uma plataforma onde os profissionais de todos os tipos de indústrias diferentes podem encontra-se, nela você pode encontrar emprego, colegas, novas atribuições, parceiros de cooperação, os especialistas e gerar idéias de negócios.

---

<sup>18</sup> <http://www.viadeo.com>

Ilustração 13 - Logotipo da rede social Xing



Fonte da imagem: <http://www.xing.com/>

Nesta rede, os membros podem se reunir e trocar pontos de vista em mais de 45 mil grupos de especialistas, além de se reunir na rede de eventos.<sup>19</sup>

Segundo o mesmo site, a Xing é a única rede social do mundo, com criptografia SSL completa como padrão, emprega atualmente cerca de 300 profissionais, está presente em vários canais, imprensa, blog corporativo, *twitter*, *slideshere*, *you tube*, *flickr*.

### 3.4.3 Rede Social Plaxo

A rede social Plaxo não é um site brasileiro, contudo, tem sido constantemente traduzido e a maioria das funcionalidades é encontrada em português. Das redes sociais profissionais o Plaxo é o mais parecido de todos com uma rede social comum, a diferença é que ele também é utilizado pelos usuários para divulgar dados profissionais.

Ilustração 14 - Logotipo da rede social Plaxo



Fonte da imagem: <http://www.plaxo.com/about/indexhttp>

---

<sup>19</sup> <http://corporate.xing.com.>



Entre as comodidades da rede está à possibilidade de conectá-la com outros serviços on-line, como Twitter, Facebook e blogs. Conforme ilustração 15, podemos observar a página de um blog na rede social plaxo.

Ilustração 15 - Página de um blog na rede social plaxo



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

A rede social PLAXO tem semelhança com a rede social LinkedIn e funciona como um agregador e vinculador de serviços.

As redes sociais permitem que uma pessoa demonstre suas áreas de atuação, suas experiências, conhecimento, divulgue suas idéias, suas características, personalidade, sua formação acadêmica e etc., enfim uma forma de demonstrar suas qualidades e currículos.

## 4 ANÁLISE DE REDES SOCIAIS

A análise de redes surge desde os estudos clássicos de redes sociais até os mais recentes. Foram desenvolvidos muito antes das reflexões de Manuel Castelles e Fritjof Capra. Não existe uma teoria de redes sociais e que o conceito pode ser empregado com diversas teorias sociais, necessitando de dados empíricos complementares, além da identificação dos elos e relações entre indivíduos.

O uso da ARS vem crescendo significativamente, tal crescimento vem ocorrendo em função da quantidade de dados disponíveis para análise. O conceito de rede, segundo Emirbayer e Goodwin (1994) salienta que a análise de redes sociais não é uma teoria formal ou unitária, mas uma ampla estratégia de investigação de estruturas sociais.

Conforme Silva, et al. (2005 p. 73):

A análise das redes sociais interessa a pesquisadores de vários campos do conhecimento que, na tentativa de compreender o seu impacto sobre a vida social, deram origem a diversas metodologias de análise que tem como base as relações entre os indivíduos, em uma estrutura em forma de redes. As redes são sistemas compostos por 'nós' e conexões entre eles, que nas ciências sociais, são representados por sujeitos sociais (indivíduos, grupos, organizações etc.) conectados por algum tipo de relação.

Ao analisarmos as estruturas das redes, observamos que, cada rede tem uma configuração particular. Depende do ambiente onde se forma e atua da cultura política dos membros e, em especial, da cultura política dos facilitadores e dos objetivos compartilhados. (RIBAS, 2008).

Vejamos alguns conceitos de rede social,

Conjunto de nós ou atores (pessoas ou organizações) ligados por relações sociais ou laços de tipos específicos. Um laço ou relação entre dois autores tem força [strength] e conteúdo. O conteúdo inclui informação, conselho ou amizade, interesses compartilhados ou pertencimentos e, tipicamente, algum nível de confiança. [...] As redes nascem e se nutrem através de suas relações, laços fortes e fracos. Através da interação, são formados os laços sociais que vão conectar os atores nas redes sociais (GRANOVETTER, et al., p.219 *apud* MARTES, et al., p.12, 2006).

Os movimentos sociais em geral designam um tipo de ação coletiva orientada para a mudança, em que uma coletividade de pessoas é dirigida, de modo não hierárquico, por um ator social.

Conforme Ribas (2008), muitas redes nascem e se nutrem por meio de listas de discussão na *Internet*, outras acontecem aonde as pessoas não tem acesso a *web* e utilizam outras estratégias de comunicação, ou seja, através de reuniões de grupos religiosos, comunitários, etc.

Para Marteleto (2001 p. 73) as redes são iniciadas a partir de tomada de consciência de uma comunidade de interesses e/ou de valores entre seus participantes.

Conforme, (Mance, 1999, p. 24, *apud* Couto, 2009):

Trata-se de uma articulação entre diversas unidades que, através de certas ligações, trocam elementos entre si, fortalecendo-se reciprocamente, e que podem se multiplicar em novas unidades, as quais, por sua vez, fortalecem todo o conjunto na medida que são fortalecidas por ele, permitindo-lhes expandir-se em novas unidades ou manter-se em equilíbrio sustentável. Cada nóculo da rede representa uma unidade e cada fio um canal por onde essas unidades se articulam através de diversos fluxos.

Nas organizações, a perspectiva das redes sociais emergiu no final dos anos 70, especificamente no âmbito da teoria das organizações, quando Aldrich (1979) e Williamson (1975) passaram a tomar as formas de relacionamento interorganizacional como foco de análise.

Segundo Hoffmann et al (2007 p. 106), relata,

Nas organizações as motivações para a formação de redes podem ser diversas: complexidade de produtos; trocas de conhecimento, aprendizagem organizacional e disseminação da informação; demanda por rapidez de resposta; confiança e cooperação; e defesa contra a incerteza.

Estudos foram iniciados a partir da teoria dos grafos do matemático Leonhard Euler, em 1736. Recuero (2009 p. 19) relata que havia uma cidade de nome Königsberg localizada em meio a ilhas no centro do rio *Pregolya* que tinha sete pontes, para seus habitantes era uma diversão atravessar a cidade cruzando cada ponte apenas uma vez.

Euler, (1736) publicou um artigo no qual relata o enigma das sete pontes de Königsberg, ele afirma que cruzar as sete pontes sem repetir o caminho era impossível. Em seu trabalho, fez uma demonstração conectando as quatro partes terrestres (nós ou pontos) com as sete pontes (arestas ou conexões), mostrando a inexistência de uma rota, criando assim o primeiro teorema da teoria dos grafos.

Um grafo é uma representação de uma rede, constituído de nós e arestas que conectam esses nós, nas ciências sociais, são representados por sujeitos sociais (indivíduos, grupos, organizações etc.) conectados por algum tipo de relação em qualquer parte do mundo.

A teoria dos grafos é uma parte da matemática que se destina a estudar os diferentes tipos de grafos.

Segundo Recuero (2009, p. 20), o termo redes sociais já era utilizado pela antropologia, a Sociologia e a Psicologia Social entre os anos 1930 a 1970, para designar a intermediação das relações interpessoais e sociais.

Novos modelos de análise foram criados para o estudo, características e propriedade das redes: o Modelo de Redes Aleatórias (1960), criado pelo matemático Paul Erdős; o Modelo de Mundos Pequenos (1956), experimento realizado pelo sociólogo Stanley Milgram; e o Modelo de Redes sem Escala (1999), criado pelo físico Alber Lázlo Barabási.

O Modelo de Redes Aleatórias demonstrou que os nós de uma determinada rede possuíam mais ou menos o mesmo número de conexões, se tornando redes igualitárias, as conexões cresciam de forma aleatória, ou seja, quanto mais links eram acrescentados, mais conectadas as redes se tornavam.

O Modelo Mundos Pequenos - Ao observar que nas redes as pessoas estariam interligadas uma com as outras, Stanley Milgram realizou um experimento para observar o grau de separação entre as pessoas. Ele enviou uma determinada quantidade de cartas a vários indivíduos, de forma aleatória, solicitando que tentassem enviar a um alvo específico. Caso as pessoas não conhecessem o alvo, enviariam a outra pessoa mais próxima que conhecesse.

Milgram descobriu que das cartas que chegaram ao seu destino final, a maioria havia passado pelo pequeno número de pessoas. Isso significa que as pessoas estão a poucos graus uma das outras.

O Modelo de Rede sem Escalas, criado por Barabási acreditava existir uma dinâmica na ordem de estruturação das redes, algumas leis específicas. Essa lei foi chamada por Barabási de '*rich get richer-ricos*' ficam mais ricos, quanto mais conexão um nó possui, maiores as chances de ele ter mais conexões.

Um novo nó tende a se conectar com um nó pré-existente, porém mais conectado. Segundo Barabási essa assertiva implica em uma premissa fundamental: As redes não seriam constituídas de nós igualitários, com a possibilidade de ter mais ou menos, o mesmo número de conexões. “Ao contrário, tais redes possuíam nós que seriam altamente conectados e uma grande maioria de nós com poucas conexões”. (RECUERO, 2005 p. 8).

Ainda segundo Recuero,

O nome ‘sem escalas’ advém de características da representação matemáticas da rede, que segue uma curva denominada ‘power law’. Matematicamente as redes sem escalas apresentam uma distribuição muito particular, denominada ‘power law’ (uma curva logaritma que decresce abruptamente a níveis próximos de um mínimo e mantém e assim construindo uma longa ‘cauda’).

Nesse sentido, entende-se que uma rede com uma longa cauda, é aquela com poucas conexões, que não mantém um crescimento contínuo fica estagnada.

#### 4.1 A disseminação da informação em Redes Sociais

Estamos inseridos em um mundo globalizado e tecnologicamente avançado. Um grande fluxo de informação circula na *web* e a troca de informações entre atores nas redes é cada vez maior.

Novas ferramentas são utilizadas de modo que todos tenham acesso à informação, sejam elas de publicação pessoal ou profissional. O surgimento da Internet proporcionou aos usuários de redes que a informação seja disseminada de forma mais rápida, através das tecnologias de informação e comunicação, dessa forma a informação chegue ao usuário final em tempo real. Conforme Ribas e Ziviani (2008, p 1 ),

Compreender a mediação, a circulação e o uso da informação no contexto das redes sociais, através das relações estabelecidas por meio das tecnologias, acabam por se constituir numa rede de informação em que a interação se faz presente e, por conseguinte, o fluxo de informação cada vez mais intenso. [...] O Grande potencial existente no contexto das redes se refere ao fato de que a informação não se encontra mais centralizada, o seu detentor não é mais uma única pessoa, ou seja, amparam-se as fontes de informação. [...] As conexões existentes através das interações estabelecidas nas redes sociais criam possibilidades para que as pessoas atuem como multiplicadores e organizadores de uma dada comunidade.

Por meio das tecnologias as pessoas e as organizações trocam informações, e estas são multiplicadas e disseminadas na *web*.

Entendemos por informação pessoal as que são postadas nos *weblogs*, *fotologs*, perfis de páginas de relacionamentos etc. A informação coletiva é a que está disponível em qualquer suporte a todos que precisam, e necessitam da mesma.

Conforme Oliveira (2011), o uso da informação em relação às tecnologias de informação e comunicação trouxe modificações nas relações de espaço e tempo para os atores sociais, as articulações em redes são realizadas de forma descentralizada, aberta a diversidade cultural.

Segundo estudos realizados por Recuero (2007), muitas dessas informações são difundidas de forma quase epidêmica, alcançando grandes proporções tanto *online* quanto *offline*. Barabasi (2003 *apud* RECUERO, 2009) credita a difusão epidêmica de informações observada na Web como consequência da existência de conectores, ou seja, indivíduos extremamente bem conectados em uma ou várias redes sociais. Dessa forma analisamos a disseminação da informação nas redes sociais através das interações na construção dos laços fracos e fortes.

Segundo Tomaél; Alcará; Di Chiara (2005, p. 102):

As interações, que movimentam as redes, são representadas por relações sociais, econômicas, de trabalho etc., que, essencialmente, possibilitam o compartilhamento de informação e conhecimento. Dependendo dos interesses que movimentam as interações na rede, esta pode ser seccionada em grupos que geralmente são profícuos para a própria rede, isto por mobilizarem atores que estejam envolvidos com uma temática específica. Favorecem, igualmente, ligações entre atores com poder de direcionar os fluxos de informação a indivíduos que partilham de interesses comuns.

O direcionamento dos fluxos de informação pode fortalecer e delinear uma rede. O caminho natural para busca é o das redes, por meio de nossas relações com quem compartilhamos.

“As redes que constituem espaços em que o compartilhamento da informação e do conhecimento é natural, são espaços também de aprendizagem e, assim, tornam-se um ambiente para o desenvolvimento e para a inovação”. (TOMAEL, 2005 p. 102).

As organizações devem começar a pensar como as pessoas usam a informação, e não como usam os recursos tecnológicos, ou seja, não se pode usar uma boa ferramenta se não sabemos usar a informação. As informações que as pessoas consideram importantes nas

organizações em grande parte não são passíveis de serem gerenciadas por recursos tecnológicos.

Conforme (DAVENPORT, 1995 *apud* TOMAÉL, p. 98 2005).

Para as organizações as pessoas ao receberem os dados transformam em informação, e dessa forma transformam-se em ativos importantes e determinantes no contexto internacional, a comunicação eletrônica só é possível se primeiro houver a comunicação face a face.

Nesse sentido, a comunicação entre as pessoas passa ser é um elo entre a informação e a tecnologia.

## 5 O PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO E O MERCADO DE TRABALHO

Com a evolução dos meios de comunicação da informação e o avanço das tecnologias, o mercado de trabalho necessita de profissionais cada vez mais qualificados. Nessa perspectiva surgem novos desafios a serem superados. Nesse sentido os profissionais da informação, devem se capacitar, procurando se adequar a esse novo perfil, e dessa forma buscar desenvolver continuamente suas habilidades. A informação e o conhecimento passam a ser valiosos para a capacitação desses profissionais. Estudos vêm sendo realizados e apontam mudanças na função e no perfil do profissional da informação, que vem sofrendo muitas transformações devido a exigências na formação do profissional e no gerenciamento da informação. O profissional da informação “é o protótipo hoje do trabalhador do conhecimento amanhã”. (TEIXEIRA FILHO, 1998, p.1, *apud* FERREIRA, 2003).

Ainda sobre o termo profissional da informação Castro e Ribeiro (2004, p. 42), aborda que:

O termo profissional da informação, adotado pelos bibliotecários, nas últimas décadas do século passado, a partir do avanço e adoção das tecnologias nos processos de geração, armazenamento e recuperação de informação, vem passando por vários processos, ora como uma visão progressista, ora conservadora.

Nesse sentido, cabe a esse novo profissional aprimorar sua formação, enfatizando o uso das tecnologias da informação e da comunicação, ter conhecimentos gerais de língua, habilidades tecnológicas, empresariais, produtividade e competitividade, se inserir em uma nova postura profissional capacitando-se para atuar nas organizações e unidades de informação.

Conforme Almeida Jr. (2002, p. 135):

O mercado de trabalho está mudando - acompanhando transformações que superam a sua esfera de influência – e exigindo alterações nas posturas, atividades, posições, concepções das profissões é inevitável. O novo perfil de atuação do profissional da informação requer uma formação renovada.

O mercado de trabalho muda de acordo com o as novas tecnologias, e exige do profissional que o mesmo se renove continuamente. Nesse sentido, Conforme Silva e Ribeiro, (2004) relata que:

Um levantamento a título de amostragem, em diversas fontes de informação (sites, revistas, estudos monográficos e imprensa periódica de caráter generalista) permitiu identificar uma multiplicidade de designações para o profissional da informação, englobando profissões tradicionais relativamente conhecidas socialmente e novas profissões que vem se afirmando na última década.



No quadro a seguir podemos visualizar as designações mais frequentes para o profissional da informação

Quadro 4 - Designações mais frequentes para o “profissional da informação”

Administrador de dados	Gestor de conteúdos
Analista de informação	Gestor de documentos
Arquiteto da informação	Gestor de informação
Arquivista	Gestor de recursos de informação
Auditor de sítios web	Gestor de sistemas de informação
Bibliotecário	Informatólogo
Cibertecário	Mediador de Informação
Cientista da Informação	Produtor de conteúdos digitais
Cientista do conhecimento	Profissional da informação
Consultor de informação	Profissional do conhecimento
Documentalista	Técnico de documentação
Especialista em documentação	Tecnólogo da informação
Especialista em gestão do conhecimento	

Fonte: adaptado de Silva e Ribeiro (2004). Formação, perfil e competências do profissional da Informação.

Complementando essas designações (FARIA, 1983 citado por PEREIRA, p.5, [s.d]), identifica cinco categorias desse profissional conforme abaixo:

**1-Administrador de Sistemas de Informação:** profissional qualificado em uma determinada área técnico – científica, com a responsabilidade de planejar, dirigir, controlar, elaborar programas, implementar e acompanhar serviços e produtos, administrar equipamentos e instalações de sistemas de documentação e informação.

**2-Analista de Sistemas de Informação:** profissional qualificado na área de análise de sistemas, responsável pelo estudo dos problemas de informação, elaboração de sistemas e redes para solucioná-los. Coordena as atividades de processamento automático dos dados.

**3- Bibliotecário:** profissional qualificado na área de Biblioteconomia, sendo responsável pela reunião, processamento e disseminação da informação.

**4- Educador da área da Documentação e/ ou Ciência da Informação:** profissional habilitado para docência em nível de 3º grau e pós-graduação (stricto e lato sensu), responsável pela qualificação profissional nessas áreas.

**5- Especialista da Informação:** profissional qualificado em uma determinada área técnico – científica responsável pela análise da literatura técnica de sua especialidade.

Estudos vêm sendo realizados sobre o perfil e atuação do profissional da informação no mercado de trabalho, a gestão do conhecimento se apresenta como uma área de atuação para vários profissionais.

Oliveira Jr. (2001, p. 144 citado por NEVES, 2002), define a gestão do conhecimento como “o processo de identificar, desenvolver, disseminar e atualizar o conhecimento estrategicamente relevante para a empresa”.

Oliveira alerta a possibilidade do profissional da informação ocupar este novo espaço, visto que possui habilidades específicas de sua formação que os qualificam para tal função.

Pela importância que o impacto das Novas Tecnologias da Informação vem causando nas organizações pode-se dizer que hoje, as empresas necessitam de qualidade, bom atendimento e inovação para obterem lucro. Nesse contexto, Neves (2002) relata algumas atribuições para o profissional da informação.

- Desenvolve e localiza produtos de informação especializadas;
- Conhece o material apropriado para a organização;
- Julga informações necessárias;
- Tem competência na organização, tratamento e disseminação da informação;
- Avalia os efeitos do uso da informação nas organizações;
- Reconhece a informação útil para a criatividade dos indivíduos;
- Classifica, representa e armazena informação;
- Estrutura, cataloga e analisa criticamente informações;
- Possui conhecimento de softwares de armazenagem de informações;
- Domina sistemas de informação;
- Dissemina a informação através de novas mídias.

Dentro desse contexto, “O profissional tendeu às novas técnicas de comunicação com novos propósitos de trabalho, atuando como um agente de informação na construção da sociedade”. (NINA 2006 p. 106).

#### 4.3 Profissional bibliotecário

Em tempos remotos os bibliotecários eram vistos apenas como guardiões da informação, pois o acesso a elas era restrito. Esses profissionais atuavam dentro de suas limitações. Hoje com o avanço da tecnologia verifica-se uma mudança considerável na atuação desse novo profissional, a profissão do bibliotecário se integra a um universo em constante transformação, no qual exige que o profissional se aperfeiçoe.

Novas atividades surgem e diferem totalmente daquelas realizadas em centros de documentação, informação e bibliotecas. Nesse sentido abordamos atributos e habilidades da função do profissional bibliotecário:

Trata a informação e a torna acessível a todos independente do suporte; cataloga e guarda as informações; orienta o usuário na recuperação da informação; organiza livros, revistas, fotos, filmes e vídeos.

Como profissional trabalha em centros de documentação; gerencia sistemas de informação; administra; processa; desenvolve coleções; além de preservar os suportes mantendo-os em condições de uso.

Segundo Lambert (2007, p. 3), “na sociedade pós-industrial, o profissional que lidava com a informação era exclusivamente o bibliotecário, que tinha na graduação sua maior fonte de saber. Suas principais funções e atividades eram: aquisição, classificação e registro”.

No contexto atual o profissional não basta ter apenas a graduação, é necessário se especializar e adquirir outras habilidades para continuar sendo um profissional atualizado, atendendo assim, as exigências do mercado de trabalho.

Em sua função também pode prestar assessoria na área de informação, gerenciar unidades de informação como bibliotecas, centros de documentação, centros de informação etc.

Nesse contexto os autores Davenport & Prusak, (1998) comentam que bibliotecários frequentemente agem como corretores do conhecimento disfarçados, por seu temperamento e seu papel de guia de informações, para a tarefa de criar contatos pessoa-pessoa e pessoa texto.

Os bibliotecários estão entre os poucos funcionários de uma empresa que têm contato com pessoas de vários departamentos.

Hoje, o bibliotecário tem a sua disposição um leque de ferramentas e fontes de informações em diferentes suportes, que os coloca em um grupo cada vez mais diversificado de profissionais que lidam com a informação.

De acordo com (PIGGOT, 1996 *apud* FERREIRA, 2009, p. 43),

Arquivistas, documentalistas, gerentes de bases de dados, consultores de informação, profissionais de comunicação, analistas de informação etc. [...] o trato com a informação na sociedade contemporânea requer a atuação do profissional com grande variedade de competências, podendo se dizer que comunicação, informática, Ciência da informação e gestão da informação, são áreas que caminham juntas neste atual momento.

Segundo o mesmo autor, essas são algumas das atividades desempenhadas pelo profissional da informação no atual mercado de trabalho.



## 5 METODOLOGIA

Nesse capítulo, apresentamos a metodologia aplicada para o desenvolvimento da pesquisa. Trata-se de uma abordagem qualitativa que se baseia na análise dos dados e significados obtidos, e quantitativa, pois, irá quantificá-los e relacioná-los a revisão teórica da pesquisa.

Segundo Thiollent (2002 ),

A metodologia pode ser vista como conhecimento geral e habilidade que são necessárias aos pesquisadores para se orientar no processo da investigação, tomar decisões oportunas, selecionar conceitos, hipóteses, técnicas e dados adequados.

### 5.1 Tipo de pesquisa

A pesquisa é de caráter exploratório e tem como finalidade analisar sobre a dinâmica Informacional do LinkedIn por meio da compreensão da mediação, circulação e uso da informação.

Segundo Gil (2006), As pesquisas exploratórias, têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, com vistas na formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.

Como objetivo, proporcionar uma visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. E por fim descobrir um novo enfoque para o estudo que se pretende realizar.

Conforme Vieira (2002 p. 65) relata,

Por meio da pesquisa exploratória podemos desenvolver um estudo inédito e interessante, sobre uma determinada temática. Sendo assim, este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito. De um modo geral, esta pesquisa constitui um estudo preliminar ou preparatório para outro tipo de pesquisa.

### 5.2 Fases da pesquisa

No primeiro momento foi analisado o perfil do profissional no LinkedIn, em seguida identificou-se o profissional bibliotecário, posteriormente foi analisado que tipo de informação circula na rede, e que tipo de empresas estão cadastradas no LinkedIn, e o grau de conexão entre os usuários e o linkedin.

### 5.3 Procedimentos da coleta de dados

Para realização da coleta de dados fez-se um estudo bibliográfico da literatura de documentos atualizados em redes sociais para orientar as indagações pertinentes a pesquisa. Para contextualizar os dados realizou-se uma análise do perfil dos usuários cadastrados na rede social linkedin, com o intuito de colher as informações para fundamentação da pesquisa.

No primeiro momento analisamos o perfil de cada sujeito, a empresa em que o sujeito trabalha ou faz parte, sua formação acadêmica, estado em que reside, tipos de interesse, suas conexões, o tipo de informação trocada na rede, como também se verificou se o sujeito faz parte de algum grupo. Conforme o quadro a seguir, podemos verificar as variáveis que foram abordadas para o desenvolvimento da pesquisa.

Quadro-5 Análise do perfil do profissional usuário analisado no LinkedIn

<b>Objetivo</b>	<b>variáveis</b>	<b>Instrumento de coleta</b>
Identificar o profissional da Informação.	Área de atuação. Se o profissional da informação atua na área de biblioteca ou em outra organização?	Análise de conteúdo dos perfis da amostra
Analisar que tipo de informação circula na rede.	Tipo da informação. Se a informação é pessoal ou informação profissional?	Análise de conteúdo dos perfis da amostra
Analisar que tipo de empresa está cadastrada no LinkedIn.	Tipo de empresa. Empresa pública ou Empresa privada?	Análise de conteúdo
Analisar o grau de conexão entre os usuários do LinkedIn.	Grau de conexões. Se a conexão è: Conexão direta, Conexões de 2º grau, Conexões de 3º grau, Conexões de grupos.	Análise de conteúdo
Analisar área de interesse de cada profissional analisado.	Tipo de interesse. Interesse em oportunidade de carreira, Novos empreendimentos, Solicitações de conheci- mentos, Solicitações de referência, Oferta de consultoria, Consultas de emprego, Acordos de negócios e retomar um contato.	Análise de conteúdo

Fonte: Pesquisa de campo, 2011.

## 5.4 Ambiente da pesquisa

### Linkedin.

O LinkedIn em sua página inicial disponibiliza várias opções de acesso: na opção editar o usuário pode editar e visualizar o seu perfil como também solicitar recomendações, além do organizador de perfis.

Através da opção contatos o usuário pode visualizar as suas conexões, adicionar e ver a estatística da rede.

Na opção grupos, o usuário pode acessar seus grupos, pesquisar os grupos que podem ser de seu interesse, ver o diretório de grupos, criar um grupo, e entrar na discussão do grupo, uma importante fonte de disseminação da informação.

Na opção emprego, pode localizar empregos, anunciar uma vaga, gerenciar empregos além da ferramenta de contratação. Pode acessar a sua caixa de entrada, que disponibiliza mensagens de contato de outros usuários enviadas a você. Na opção, empresas o usuário pode pesquisar as empresas cadastradas seguidas por ele, e muito mais.

O LinkedIn disponibiliza o recurso importador de contatos, no qual você pode através de busca importar todos os seus contatos de e-mail, também oferece a opção de visualização do seu perfil, ou seja, número de pessoas que visualizaram seu perfil, e número de vezes que você apareceu em resultado de pesquisa de outros usuários.

No campo: sua rede no LinkedIn. O usuário visualiza o seu número de conexões, o número que ligam o usuário a outros profissionais e o número de pessoas geral conectados a sua rede.

O LinkedIn disponibiliza uma relação de vagas de emprego, e endereço das empresas para que o usuário possa acessar. Disponibiliza todas as atualizações das conexões do usuário, nas quais o usuário pode acessar e ficar atualizado sobre as atualizações dos seus contatos.

## 5.5 População – Sujeitos da pesquisa

Universo ou população, Segundo Vergara (2003), Bolfarine e Bussad (2005), é o conjunto de elementos (empresas, pessoas ou produtos), que possuem as características que serão o objeto de estudo. Para realização desta pesquisa, foi necessário selecionar um grupo de pessoas. Tal grupo foi identificado entre os indivíduos que estão cadastrados na rede do



autor no linkedin, estes foram identificados entre o período de abril e maio de 2011, gerando uma amostra de (100) sujeitos.

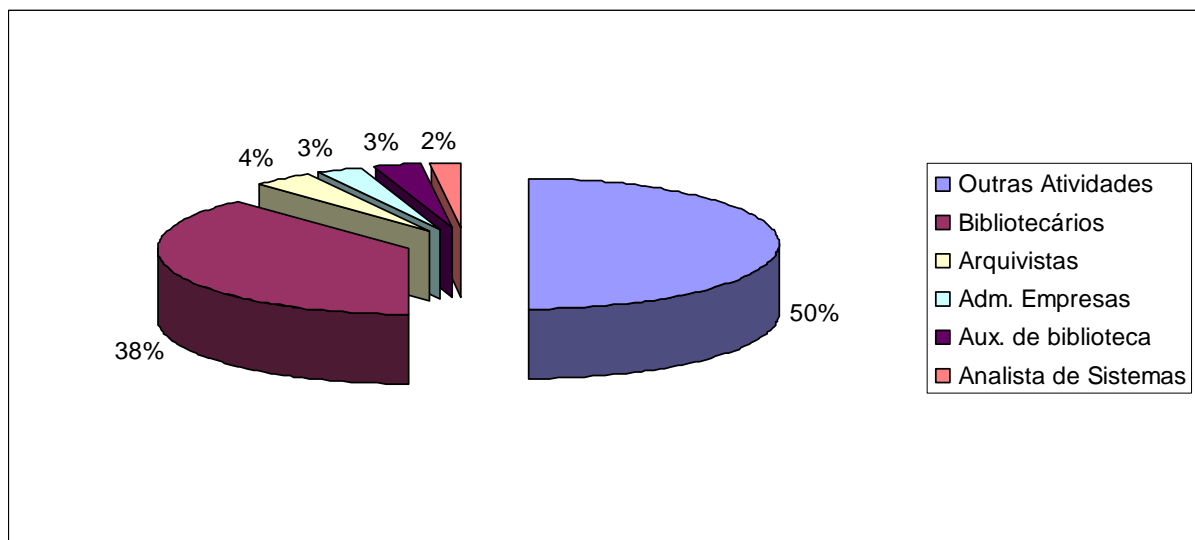
## 6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Tendo como base a metodologia estabelecida e no desenvolvimento teórico deste trabalho, a pesquisa foi realizada no período 20/05/2011 a 29/06/2011 no ambiente da rede social LinkedIn.

O quadro de análise do perfil dos profissionais da informação usuários do LinkedIn encontra-se no apêndice.

De acordo com o quadro análise do perfil dos profissionais da informação citado anteriormente identificamos dentro da amostra os profissionais bibliotecários.

Gráfico 3 - Identificação do Profissional da informação



Fonte: Pesquisa de campo, 2011.

Dentro da amostra dos profissionais selecionados, foi analisado a profissão de cada sujeito, nas quais foram identificados 50 profissionais em outras atividades, 38 profissionais bibliotecários atuantes em bibliotecas e centro de documentação, 4 arquivistas, 3 administradores de empresas, 3 na função de auxiliar de bibliotecas e 2 na função de analista de sistemas.

Valentim (2000b, p. 141 *apud* NEVES, 2002) identificou no mercado de trabalho do profissional bibliotecário, o mercado *informacional-tendencias*, onde se encontra o bibliotecário no novo papel de gestor.

As habilidades de organização e de classificação da informação, próprias do bibliotecário, podem constituir um diferencial competitivo com relação aos demais profissionais.

Conforme Neves (2002), os bibliotecários estão entre os poucos funcionários de uma empresa que tem contato com pessoas de vários departamentos, por ser um agente na transferência da informação e por ser um administrador da informação.

Após a análise da profissão analisou-se também o tipo de informação postadas pelos sujeitos.

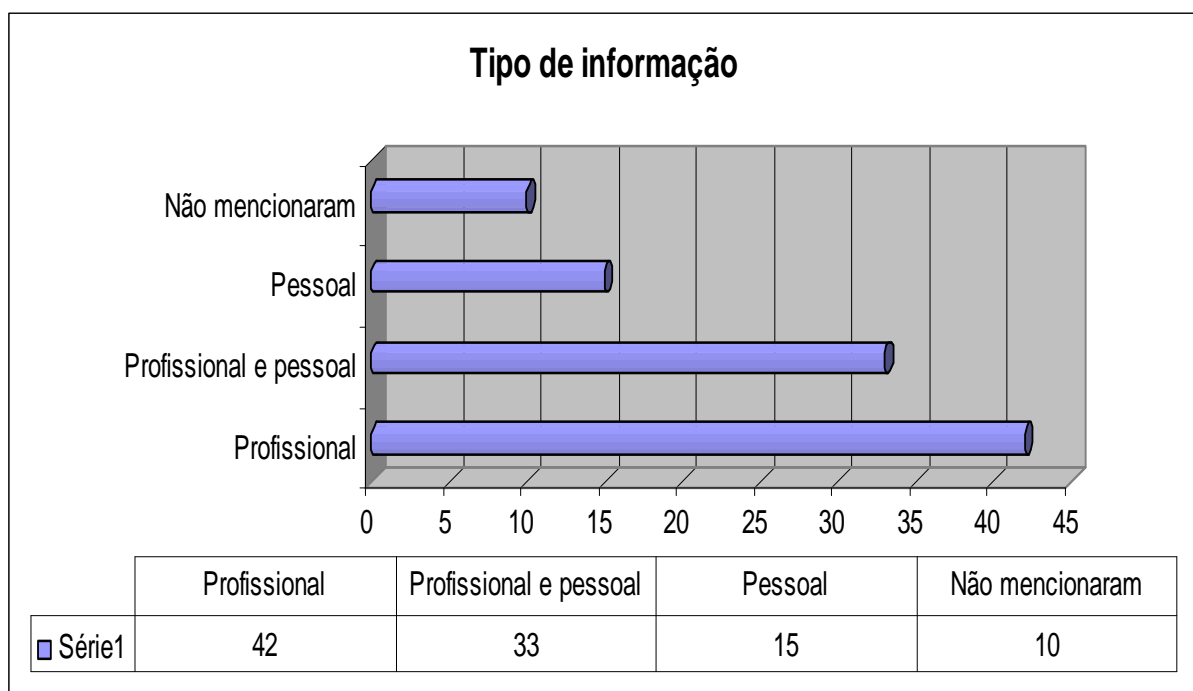
Para analisar que tipo de informação circula na rede, foi verificado no perfil dos sujeitos o tipo de informação que ele disponibiliza, se a informação é pessoal ou profissional.

Foi classificado como informação profissional, quando o analisado posta somente informações sobre trabalhos realizados, projetos etc., e informação pessoal quando foram identificadas informações sobre festas, família, etc.

De acordo com o gráfico 4 podemos analisar os tipos de informações postadas pelos sujeitos.

Conforme a análise verificou-se que 42% dos profissionais trocam informações profissionais, 33% trocam informações profissional e pessoal, 15% trocam informações pessoais e 10% não disponibilizaram nenhum tipo de informação em seu perfil.

Gráfico 4 - Tipo de informação



Fonte: Pesquisa de campo, 2011.

Conforme Martes et al. (2002 p. 10), “os sujeitos que pertencem a um mesmo círculo social (mais íntimo) compartilham entre si o mesmo tipo e número de informações sobre oportunidades de empregos, contatos etc.”.

No contexto das redes sociais, a informação não se encontra mais centralizada, as conexões existentes através das interações criam possibilidades para que os profissionais atuem como multiplicadores e disseminadores e transferência da informação.

Avaliando o gráfico 4, e comparando com o gráfico 5, fazendo a relação entre número de profissionais e tipo de informação, observou-se e que existe uma relação do número de profissionais com a informação que é trocada, ou seja, em sua maioria informação profissional.

Após fazer a identificação dos profissionais da informação, analisamos em qual empresa este profissional está vinculado, se a empresa é pública ou privada. Foi verificado que apenas 29 profissionais disponibilizaram em seu perfil a empresa ou instituição da qual faz parte.

De acordo com a análise, dos profissionais que relataram a empresa, 71 profissionais não informaram a empresa em que estão vinculados, 16 estão vinculados a empresas privadas e 13 estão vinculados a empresas públicas.

Para identificarmos a relação do profissional com a empresa analisamos a tabela de análise do perfil.

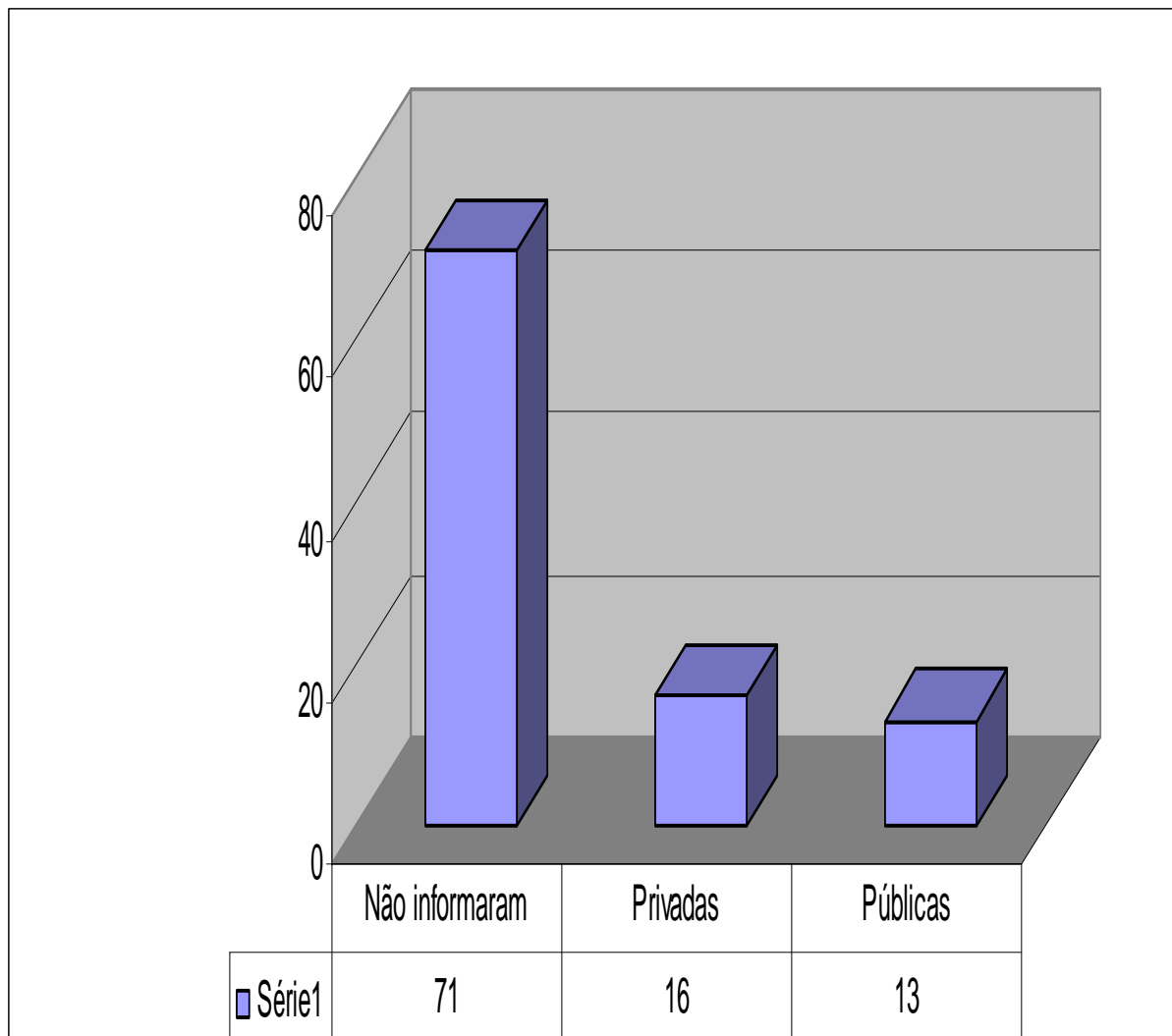
Dos profissionais que relataram a empresa em seu perfil, forneceram informações sobre a empresa, ou seja, disponibilizaram site da empresa, endereço eletrônico, telefones etc.

Segundo o site Kioskea, “organizações utilizam as redes sociais não só para encontrar profissionais, mais também como uma forma de manter contato com seus clientes e fornecedores e até mesmo como uma ferramenta de marketing, na divulgação de produtos e serviços”.

As organizações podem tirar proveito desta ferramenta também na seleção de profissionais, uma vez que as redes sociais profissionais disponibilizam aos usuários a opção de acesso aos perfis e dessa forma a visualização do currículo.

Conforme o gráfico 5, podemos observar o percentual das empresas postadas pelos sujeitos por tipo, ou seja, empresas públicas e/ou privadas .

Gráfico 5 – Tipo de Empresa



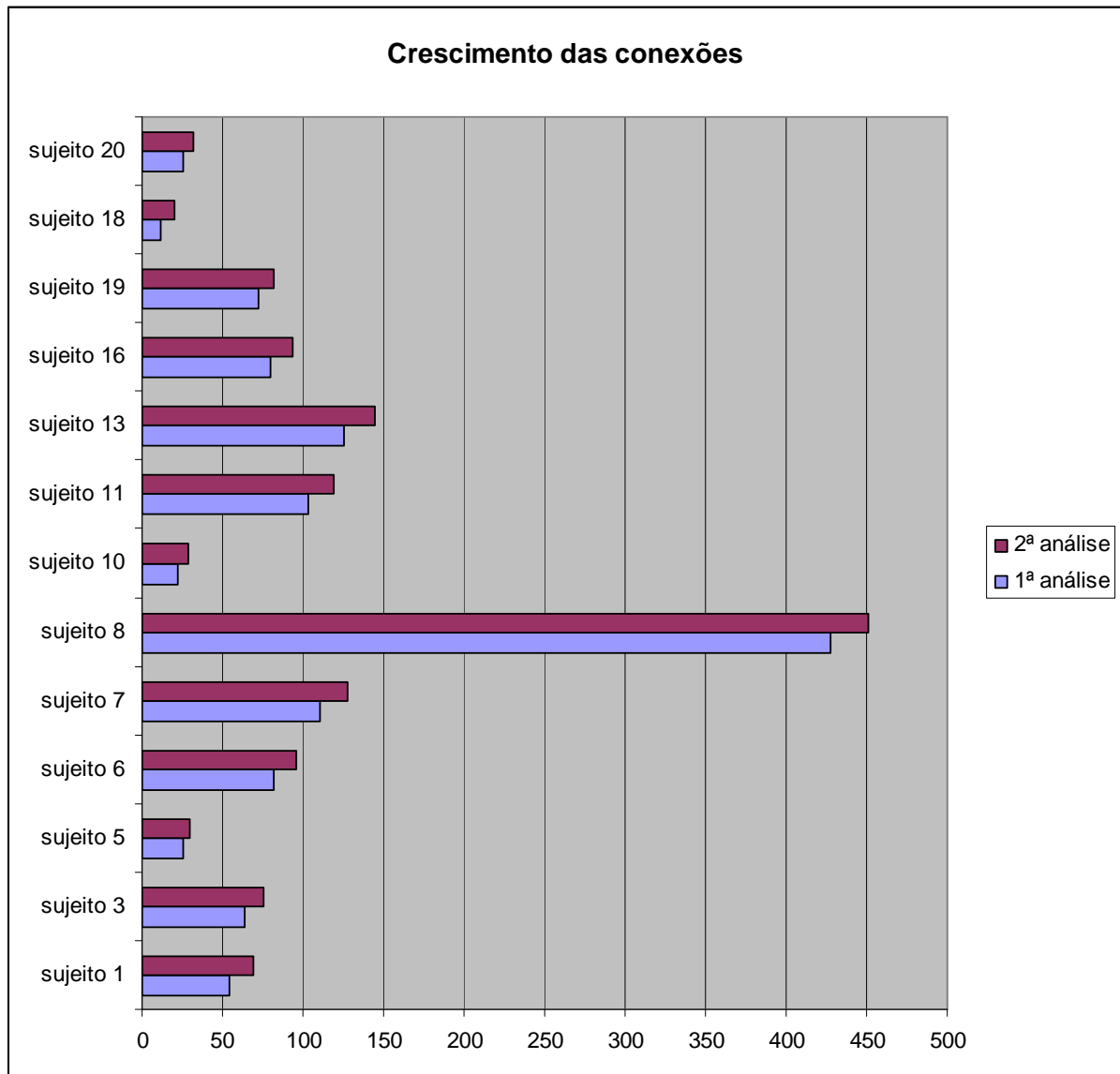
Fonte: Pesquisa de campo, 2011.

Conforme a análise, verificamos que em sua maioria os profissionais não informam a empresa ou instituição a que estão vinculados, subentende-se que o motivo está relacionado a muitos profissionais usarem a rede para procurar emprego ou na divulgação de currículo, porém fazem referência a empresa anterior.

Como forma de uma boa seleção através da análise dos currículos, “os dados do perfil dos possíveis candidatos são checados antes mesmo da entrevista empresarial, oferecendo informações úteis sobre eles”. (SANTANA et al, 2011).

Com relação a variável grau de conexão, foi observado durante a pesquisa que alguns sujeitos apresentavam crescimento no número de conexões, ou seja, observou-se um aumento em vários sujeitos.

Gráfico 6 - Crescimento das conexões dos usuários



Fonte: Pesquisa de campo, 2011.

De acordo com o gráfico foram selecionados aleatoriamente 20 sujeitos para verificar o grau de conexão existente entre eles, passado alguns dias observou-se que todos tinham aumentado no número de conexões. Nesse sentido foi realizado uma nova análise para verificar o percentual de crescimento de cada sujeito. O grau de conexão é simplesmente a quantidade de conexões que um determinado sujeito possui.

Para essa análise foram realizadas duas coletas, a primeira foi realizada no dia 20/05/2011 e a segunda coleta em 29/06/2011.

Conforme a tabela abaixo os sujeitos ficaram assim distribuídos.

Tabela – 1 Crescimento das conexões

<b>Crescimento das conexões</b>				
	Realização da 1ª coleta 20/05/2011	Realização da 2ª coleta 29/06/2011	% de crescimento	
sujeito 18	12	20	66,7	8
sujeito 10	22	29	31,8	7
sujeito 1	54	69	27,8	15
sujeito 20	26	32	23,1	6
sujeito 3	64	76	18,8	12
sujeito 16	80	94	17,5	14
sujeito 6	82	96	17,1	14
sujeito 11	103	119	15,5	16
sujeito 5	26	30	15,4	4
sujeito 7	111	128	15,3	17
sujeito 13	126	145	15,1	19
sujeito 19	72	82	13,9	10
Sujeito 8	428	451	5,4	23

Pesquisa de campo, 2011.

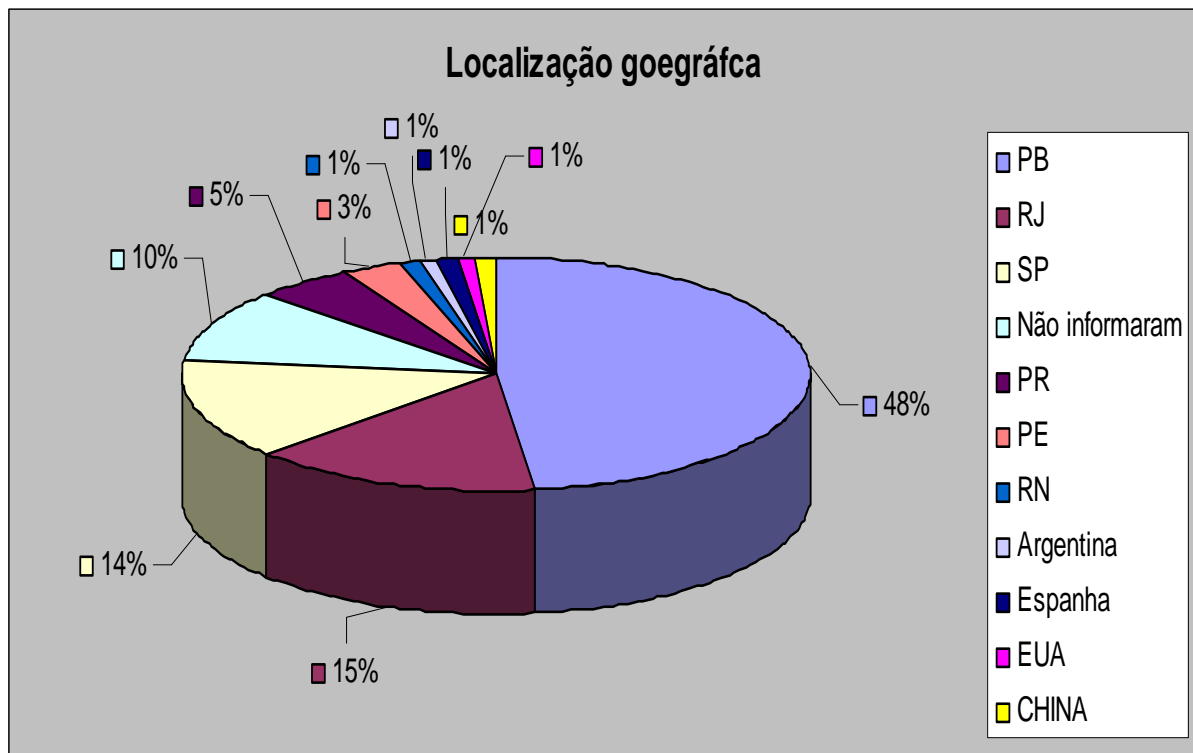
Na primeira coluna os sujeitos foram ordenados de acordo com o percentual de crescimento. Na segunda coluna a data da realização da 1ª coleta com o número de conexões de cada sujeito. Na terceira coluna a data da realização da segunda coleta com o acréscimo do número de conexões. Na quarta coluna o percentual de crescimento de cada conexão e na quinta coluna o número de conexões que cada sujeito ganhou.

Conforme podemos observar em um percentual de 13% da população da análise dos perfis, os dados apresentaram crescimento significativo, ou seja, todos os sujeitos selecionados receberam novas conexões.

Segundo Brandão (2007), “modelos de geração e crescimento de redes têm sido propostos e suas propriedades têm sido estudadas”.

Analisando a tabela de percentual de crescimento das conexões, houve a necessidade de observarmos a localização geográfica dos usuários, para identificarmos de onde partia as conexões que ficaram assim distribuídos.

Gráfico 7 - Localização geográfica dos sujeitos da amostra



Fonte: Pesquisa de campo, 2011.

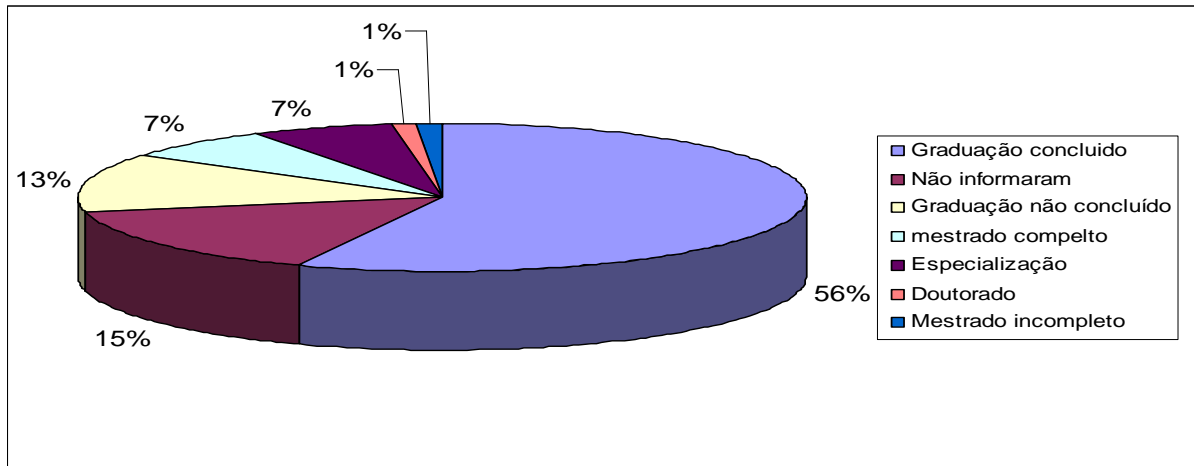
De acordo com o gráfico podemos identificar que 53% das conexões analisadas são do Estado da Paraíba, 17% do Estado do Rio de Janeiro, 16% do Estado de São Paulo, 10% não informaram, 6% do Estado do Paraná, 3% do Estado de Pernambuco, 1% do Estado do Rio Grande do Norte. A nível internacional tivemos 1 conexão da Argentina, 1 da Espanha, 1 do Estados Unidos e por fim 1 da China.

Após identificarmos de onde partia as conexões, verificou-se a formação acadêmica de cada sujeito, para analisar o nível de escolaridade e a relação entre as sujeitos apresentava



os mesmos interesses em comum. Conforme o gráfico 8 podemos observar o nível de escolaridade dos sujeitos.

Gráfico 8 - Formação acadêmica

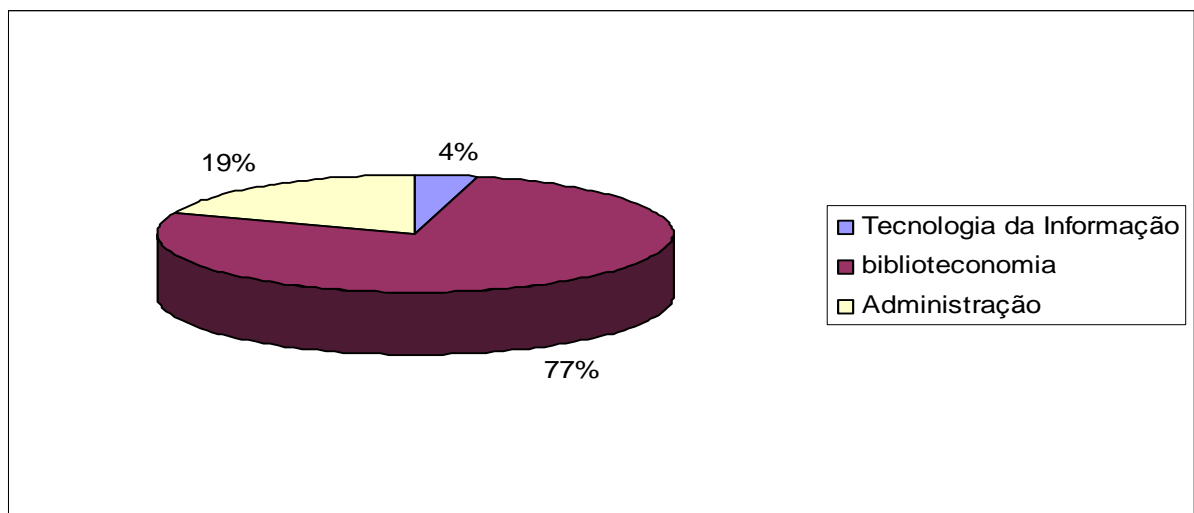


Fonte: Pesquisa de campo, 2011.

De acordo com a análise da variável formação acadêmica, foi constatado que 31 profissionais possuem especializações, 26 possuem graduação concluído, 26 ainda estão concluindo, 10 possuem mestrado, 5 estão cursando mestrado e 2 possuem doutorado.

Dentro desse contexto foram analisados quais os cursos que se destacaram, ou seja, se os cursos tinham relação com as conexões que aumentavam, se os sujeitos tinham os mesmos interesses em comum. De acordo com o gráfico 9, foram identificados os seguintes cursos.

Gráfico 9 – Cursos de graduação



Fonte: Pesquisa de campo, 2011.

Identificou-se entre os profissionais analisados os cursos de Tecnologia da Informação, Biblioteconomia e Administração. Em destaque o curso de biblioteconomia que apresentou maior percentual em relação aos demais.

Tabela 2 - Variável interesse de cada profissional

Interesse	Nº de usuários	%
Oportunidade de carreira	90	90%
Novos empreendimentos	91	91%
Solicitações de conhecimento	91	91%
Solicitações de referência	90	90%
Ofertas de consultoria	88	88%
Consultas de empregos	90	90%
Acordos de negócios	89	89%
Retomar um contato	94	94%
Grupos de interesse	42	42%

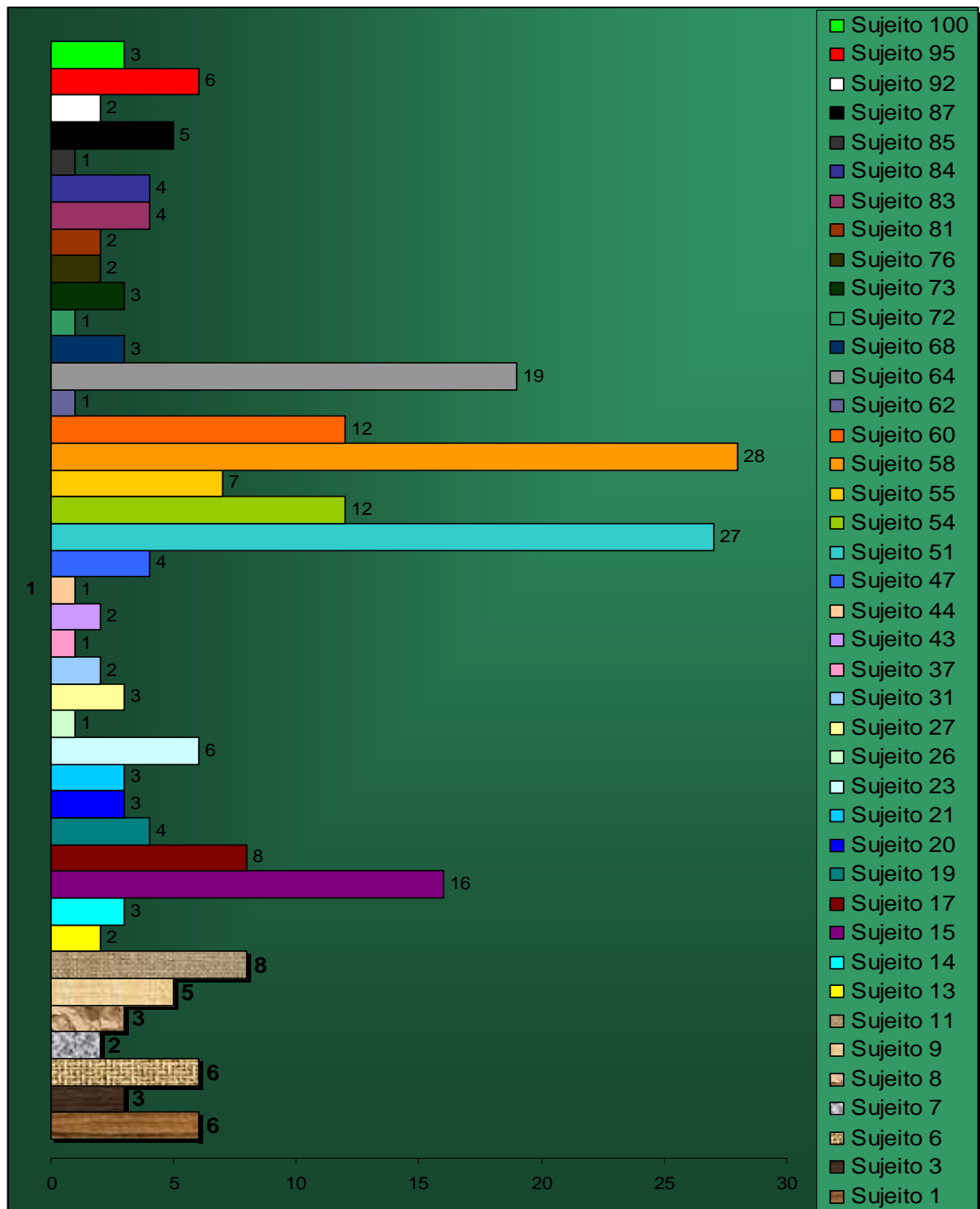
Elaborado pelo autor. Fonte: Análise de conteúdo dos perfis da amostra.

Conforme a tabela 2 foi identificado os interesses de cada profissional, observou-se que em sua maioria apresentam os mesmos interesses, a pesquisa foi realizada através da análise do perfil de cada sujeito.

“Aqueles que pertencem ao mesmo círculo social compartilham entre si o mesmo tipo e número de informações sobre oportunidades de empregos e contatos” (MARTES et al 2006, p. 10).

Conforme podemos avaliar no gráfico 10, de acordo com a legenda os sujeitos e o número de grupos aos quais os mesmos estão conectados.

Gráfico 10 - Grupos de interesse



Fonte: Análise de conteúdo dos perfis da amostra, pesquisa de campo, 2011.

De acordo com o quadro 6, podemos observar a seguir lista de grupos os quais os sujeitos da amostra analisados fazem parte na rede social LinkedIn.

Quadro 6 - Grupos e associações

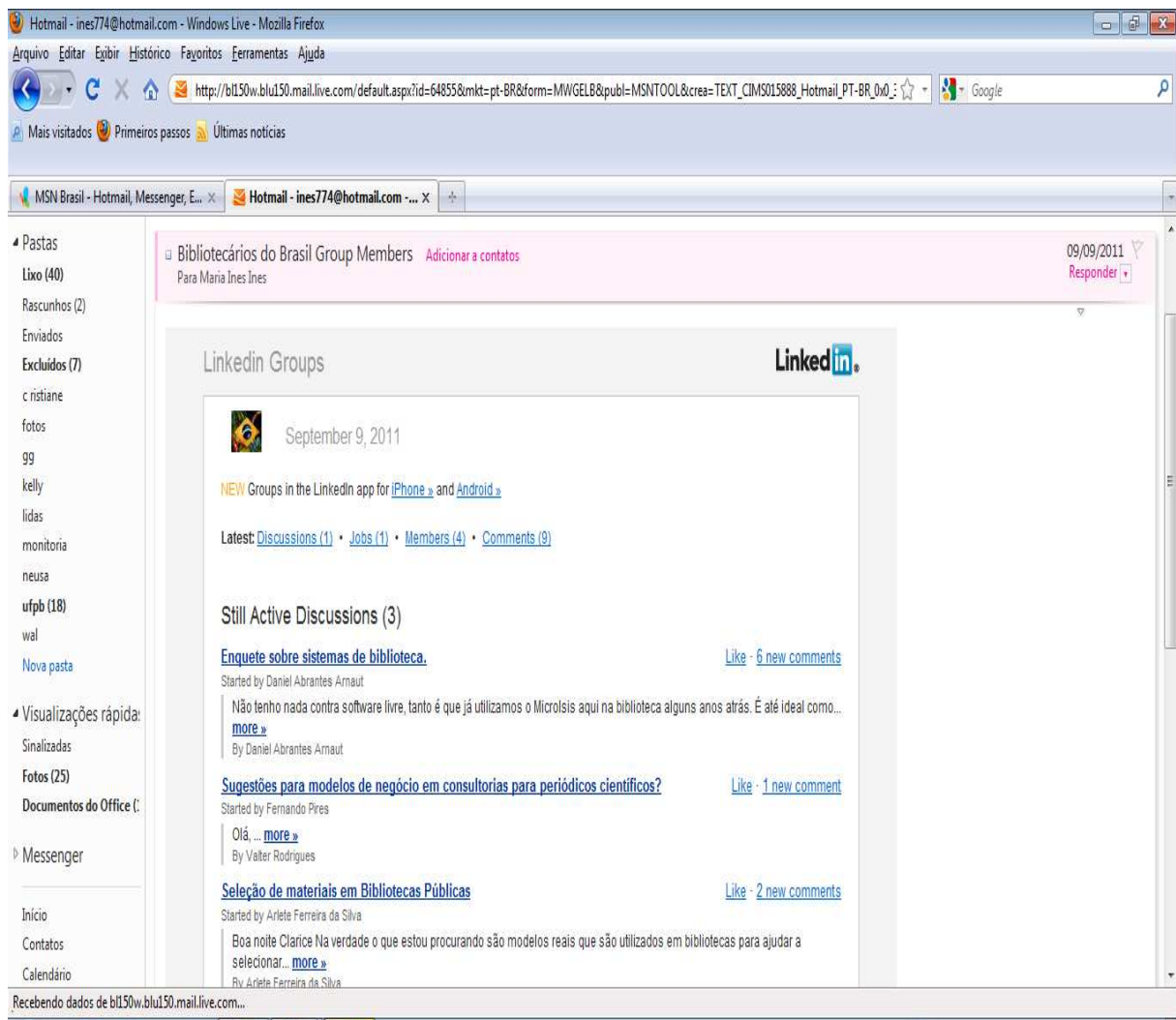
Bibliotecas 2.0
Bibliotecários do Brasil
Gestão documental e organização de arquivos e acervos
Gestão da informação
Biblioteconomia
BrasilBiblioEmpregos
Estudos Métricos em Ciência Tecnologia e Inovação
Fabico UFRGS
Foro de Biblioteconomia
REDARTE/RJ
abcdLibrary
OrSiSo Group
American Library Association
Biblioteca virtual do Governo do Estado de São Paulo
CPLP Business
Gurteen Knowledge Community
Internet Librarian International
KM-Forum
Library 2.0
Portugal- plataforma de serviços
Web 2.0
World Wildlife Fund
ECA-USP
Universidade Anhebi Morumbi
Bibliothecaris 2.0
Dutch Librarians and Information Specialists
FLUC - Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
OCLC Careers
PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO
Projetos em Bibliotecas e Centros de Documentação
VAGAS.com.br - oportunidades de empregos e estágios em todo Brasil
VOCE S/A
Business Intelligence Professionals
ExtraLibris, UBE, GEDAI
Acessibilidade na Web
Direito Autoral & Entretenimento
E-Books de Habla Hispana
Gestão por Competências
Instituto de Ciencia da Informacao - Universidade Federal da Bahia
Ordem dos Advogados do Brasil, Seção de São Paulo (OABSP)
Projetos em Bibliotecas e Centros de Documentação
UEL Alumni
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA
Profissionais da Cultura
Bibliotecários, Documentalistas, Cientistas da Informação
Gestão da Informação / Information Resource Management
Gestão de Conteúdo
Gestão de Documentos e Dados
Letras (tu revista literaria)
Projetos em Bibliotecas e Centros de Documentação

Fonte: pesquisa de campo, 2011.

Conforme podemos verificar na ilustração 15 exemplo de um grupo de discussão, nos quais os usuários podem trocar informações e ao mesmo tempo interagir com outros usuários que estejam conectados.

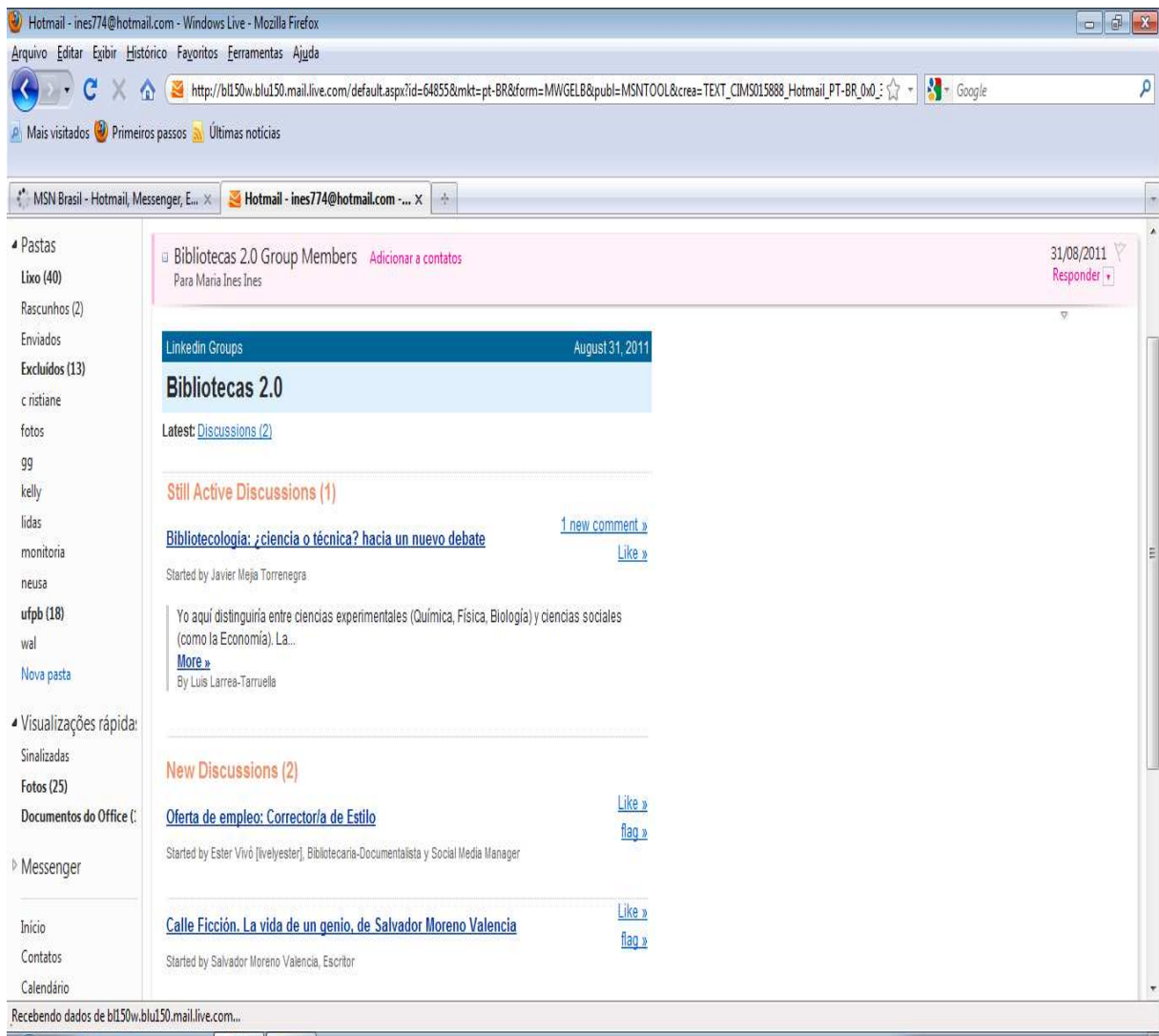
No grupo Bibliotecários do Brasil, podemos observar três temas que estão em discussão que são eles: uma enquete sobre sistemas de bibliotecas com seis comentários; sugestões para modelos de negócios em consultorias para periódicos científicos e por último seleção de materiais em Bibliotecas Públicas.

Ilustração 16 – página do e-mail do autor com o grupo “Bibliotecários do Brasil”



Fonte: e-mail do autor

## Ilustração 17 – página do e-mail do autor com o grupo Bibliotecas 2.0



Fonte: e-mail do autor

Na figura acima mostramos o grupo de discussão Bibliotecas 2.0, no qual podemos observar uma lista de discussão com diversos temas, em que o usuário pode fazer o seu comentário, como também visualizar quantos comentários foram feitos a respeito de determinado tema.

Conforme podemos observar na ilustração 16, no primeiro tópico um usuário do grupo fez um comentário e em seguida dois tópicos estão em discussão.



## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse trabalho, procuramos estudar como as redes sociais podem contribuir para a disseminação, transferência e uso da informação. Tendo como base as interações estabelecidas pela rede social LinkedIn. Iniciamos a pesquisa através de revisão bibliográfica abordando de que forma as estruturas das redes surgiram, sua evolução e como são compostas; os tipos de redes; o grau de conexões e como a interação mediada pelo computador pode gerar fluxos de informação. Em seguida um estudo de caso através de uma análise do perfil dos usuários na rede do autor no LinkedIn, na qual foram identificadas as variáveis que serviram como referência para a nossa pesquisa.

Essa pesquisa não traz novos conceitos para o tema abordado, porém mostramos que através das redes sociais acessíveis em diferentes suportes pode ser uma ferramenta para a geração e transferência da informação. Não tivemos a intenção de apontar que a rede social LinkedIn seja a ferramenta indicada para isso. Mas, sim, considerar a possibilidade de que as redes sociais profissionais seja uma ferramenta propícia para a difusão da informação.

As discussões a respeito da explosão da informação e do uso de novas tecnologias encontram-se em nível bastante avançado, as redes sociais tem sido tema de estudo para diversos pesquisadores.

Considerando que foi possível identificar a disseminação da informação na rede social LinkedIn. Essa transferência se dá através das conexões existentes entre os usuários da rede, principalmente pela troca de mensagens e grupos de discussões. Identificamos a existência de comunicação e interação entre profissionais da informação em diversas áreas. Foi possível apresentar alguns dados e relações quantitativas a partir da coleta de dados realizada.

Acreditamos que através das redes sociais profissionais, possa existir a possibilidade de ser mais uma ferramenta para o profissional da informação no uso nas unidades de informação. Para que essa ferramenta seja eficaz, é necessário que os profissionais da informação interajam com outros profissionais.

Através da análise da rede social profissional LinkedIn, identificamos que pode ser utilizada de várias maneiras. Estudantes podem utilizar esta rede para manter contato com outros estudantes de outros cursos do Brasil e do mundo. Profissionais de diferentes áreas podem manter contato com outros profissionais e até mesmo com outras organizações.



Conforme avaliações dos profissionais da informação foram analisados todos os sujeitos da amostra, porém, houve destaque para os profissionais bibliotecários, que em seu maior número são atuantes em bibliotecas e centros de documentação. Também verificou-se na variável formação acadêmica houve destaque para o curso de biblioteconomia com 77% de atuação.

Nas suas atividades e habilidades de organização e de classificação da informação, podem constituir um diferencial competitivo com relação aos demais profissionais. Nesse sentido, podemos afirmar que haverá bastante espaço no mercado de trabalho para esses profissionais.

Em relação à troca de informação constatamos que através das redes mencionadas verificamos que pode ser utilizadas de varias maneiras. Então, de acordo com os objetivos indicados nesta análise, pôde-se através da pesquisa, diagnosticar o tipo de informação que circula na rede, e dessa forma avaliar a sua contribuição na disseminação da informação.

Nesse sentido, afirmamos que a utilização consciente do uso das novas mídias da Internet poderá contribuir para o desenvolvimento de novas relações.

Em suas conexões identificamos a existência de comunicação e interação entre profissionais de diversas áreas, estudantes, professores e principalmente usuários membros de grupos na troca de mensagens e discussão.

Dessa forma, de acordo com as análises que foram realizadas na amostra de 13 sujeitos, foi verificado um crescimento significativo em suas conexões, conforme a tabela 1, nas conexões de grupo analisou-se 100% da amostra e constatou-se que 40% dos sujeitos estão conectados a algum grupo de discussão, nos quais são trocadas informações pessoal e profissional. Nessa perspectiva podemos afirmar que o LinkedIn é uma rede social profissional em crescimento. Conforme podemos verificar na tabela de interesse, os sujeitos possuem os mesmos interesses em comum, ou seja, mostram interesse em oportunidades de carreiras, novos empreendimentos, solicitação de conhecimentos, solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócios e retomar um contato.

Com relação as empresas, os profissionais não fizeram muitas referências apenas 13% informaram em que empresa trabalha ou possui algum vinculo, porém avaliamos que a sua maioria são empresas privadas.

Com relação aos resultados esperados nessa pesquisa, pode se dizer que foram satisfatórios, visto que se obteve em todas as análises resultados positivos. Foi constatado que as redes sociais são ferramentas que pode contribuir para o profissional da informação utilizá-las como canal para a transferência da informação.

Espera-se então, que este estudo estimule a realização de outras pesquisas a partir dos resultados apresentados. Que questões não contempladas possam ser investigadas, contribuindo para o avanço de Biblioteconomia e a Ciência da Informação.



## REFERÊNCIAS

ALMEIDA JR., Oswaldo Francisco de. Profissional da informação: entre o espírito e a produção. In: VALENTIM, Marta Lígia Pomim et. al (Org). **Profissionais da informação: formação, perfil e atuação profissional**. São Paulo: Polis, 2004. 152 p.

BEZERRA, Marcos Antonio Alexandre. **Por uma ética da informação: os desafios de uma nova sociabilidade na dinâmica informacional do Orkut**. João Pessoa: UFPB, 2009. 182p.: il. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Universidade Federal da Paraíba, 2009.

Brasil ocupa oitavo lugar da audiência mundial na internet. **Campanhas e Idéias**. Publicado em 9 de fev. 2011 às 11:36. Disponível em: < <http://www.facebook.com/notes/campanhas-e-ideias/brasil-ocupa-oitavo-lugar-da-audiência-mundial-da-internet>>. Acesso em: 26 jun.2011.

BRANDÃO, Wladimir Cardoso; PARREIRAS, Fernando Silva. **Uma abordagem baseada em métricas de redes complexas para o estabelecimento do grau de influencia de termos em documentos**. XI ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO INOVAÇÃO E INCLUSÃO SOCIAL: questões contemporâneas da informação. Rio de Janeiro, 25 a 28 de outubro de 2010.

BOLFARINE, Heleno; BUSSAB, Wilton Oliveira. **Elementos de amostragem**. São Paulo: Edgar Blucher, 2005.

BRITO, Jorgivania Lopes. **Proposta de aplicabilidade das ferramentas da Web 2.0 na biblioteca da Faculdade de Juazeiro do Norte**. Juazeiro do Norte: UFC, 2010. 86 f. Monografia (Curso de Graduação em Biblioteconomia). Campus Avançado do Cariri. Universidade Federal do Ceará, 2010.

Bulletin Board Systems & História FidoNet. Disponível em: <[www.livinginternet.com](http://www.livinginternet.com)> Acesso em: 26 jun. 2011.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003 *apud* MUCHERONI 2010.

CASTRO, Augusto Cezar; RIBEIRO, Maria Solange Pereira. As Contradições da Sociedade da Informação e a Formação do Bibliotecário. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 1, n. 2, p. 41-52, jan./jun. 2004- ISSN: 1678-765X.

**Cresce número de empresas que conquistaram novos clientes em redes sociais.** Publicado em 16 de jun. Redação. Disponível em: <[www.administradores.com.br](http://www.administradores.com.br)>. Acesso em: 26 mai.2011.

**CompuServe morreu mais segue viva em toda parte.** Notícia publicada em 07 jun. 2009. Disponível em: <<http://tecnologia.terra.com.br/interna/0,,OI3862714-EI4803,00-CompuServe+morreu+mas+segue+viva+em+toda+parte.html>>. Acesso em: 24 jun. 2011.

COUTO, Camila Lacerda. **A Arquivologia nas redes sociais do ciberespaço.** Porto Alegre: UFRGS/ FBC, 2009. 69fs. : il. Monografia (Curso de Graduação em Arquivologia) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial:** como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. Rio de Janeiro: Campus, 1998. 237 p.

DESLANDES, Suely Ferreira. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

ELLSWORTH, Jill H. **Marketing na Internet:** como vender, publicar e promover seus produtos e serviços na Internet. São Paulo: Berkeley Brasil, 1997. p. 45.

EMIRBAYER, M.; GOODWIN, J. *Network analysis, culture and the problem of agency.* *American Journal of sociology*, v.99, n.6, p. 1411-54, May 1994.

FRANCO, Augusto de. **2009: 10 escritos sobre redes sociais.** Escola de redes. São Paulo, p.128, 2010.

FERRARI, Bruno. Onde os brasileiros se encontram. Publicado em 27/05/2010 atual. 28/15/2010. **Revista Época**, ed. 628. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,EMI143701-15224,00-ONDE+OS+BRASILEIROS+SE+ENCONTRAM.html>>. Acesso em: 25 jun.2011.

FERREIRA, Daniele Thiago. Profissional da informação: perfil de habilidades demandadas pelo mercado de trabalho. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 32, n. 1, p. 42-49, jan./abr. 2003.

Genie. Disponível em: <<http://en.wikipedia.org/wiki/GENie>>. Acesso em: 29/07/2011.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. Atlas, São Paulo, 2006.

GONÇALVES, Jaime. Versão do Twitter em português já está disponível. Notícia publicada em 07/06/2011. Disponível em:  
<[http://www.radiometropole.com.br/noticias/index\\_noticias.php?id=VG1wSk1rNVVSVDA9](http://www.radiometropole.com.br/noticias/index_noticias.php?id=VG1wSk1rNVVSVDA9)>. Acesso em: 27 jun. 2011.

GRAEMIL, Alexandre Reis; MACADA, Marie Anne; ROSSONI, Luciano. Redes Sociais e Intelectuais em Administração da Informação: uma análise cientométrica do período 1977 – 2006. **Inf. & Soc.: Est.**, João Pessoa, v. 20, n. 1, p. 95-110, jan./ abr. 2010.

História e a Evolução da Mídia Social. **Blog, Odde Estúdio de Desing**. Postado em: 7 dez. 2010. Disponível em: <<http://blog.odde.com.br/category/social-midia/>>. Acesso em: 20 mai. 2011.

HOFFMANN, Valmir Emil; MORALES-MOLINA, F. Xavier; FERNÁNDEZ-MARTÍNEZ, M. Tereza. Redes de empresas: proposta de uma tipologia para classificação aplicada na indústria de cerâmica de revestimento. **Rev. adm. contep.**, Curitiba, v. 2, n.1, 2007.

JOSEPHINE 33. **Redes sociais profissionais**. Disponível em: <<http://pt.kioskea.net/faq/4400-redes-sociais-profissionais#simili>>. Acesso em: 20 mar. 2011.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LAMBERT, Maria Betania M. A. **O novo papel do profissional da informação na sociedade da informação**. Disponível em: <[www.cinform.ufba.br](http://www.cinform.ufba.br)>. Acesso em: 10 fev.2011.

LEMOS, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexões Multirredes (DHMCM). **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo: vol. 4, n. 10, p. 23-40, jul. 2007.

LEVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1998.

LiveJournal: Discover global communities of friends who share your ...*LiveJournal* is a vibrant global social media platform where users share common passions and interests. With hundreds of communities built around popular ... Disponível em: <[www.livejournal.com](http://www.livejournal.com)> Acesso em: 25 jun. 2011.

MAIA, Maria de Fátima S.; CAREGNATO, Sônia Elisa. Co-autoria como indicador de redes de colaboração científica. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, vol. 3, n. 2, 2008. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/pcbic/index.php/pcbic/article/view/1152>>. Acesso em: 20 mai. 2011.

MACHADO, J. R.; TIJIBOY, Ana Vilma. Redes Sociais virtuais: um espaço para efetivação da aprendizagem cooperativa. **Novas Tecnologias na Educação**, CINTED-UFRGS, v. 3, n.1, maio, 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**. 6 ed. Atlas, São Paulo: 2001.

MARTELETO, Maria Regina; SILVA, Antônio Braz de. Redes e capital: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. **Ci. Inf.**, Brasília, v.33, n.3, p.78-81, jan./abr. 2001.

MARTELETO, Maria Regina; SILVA, Antônio Braz de. Redes e capital Social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. **Ci. Inf.**, Brasília, v.33, n.3, p.41-49, set./dez. 2004.

MARTELETO, Maria Regina. Análise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ci. Inf.**, Brasília, v.30, n.1, p.41-49, set./dez. 2004.

\_\_\_\_\_. Informação, rede e redes sociais - fundamentos e transversalidades. **Inf. Inf.** Londrina, v. 12, n. esp. 2007.

MARTES, Ana Cristina Braga; et al. FÓRUM - Redes Sociais e Interorganizacionais. **Rae**. v 46, n. 3, jul./set. 2006.

MORAES, Wesley. **Redes Sociais no Brasil: Orkut é líder mais Facebook cresce rapidamente.** Blog, direto da redação. Postado em: 24/03/2011. Disponível em: <<http://blogs.forumpcs.com.br/noticias/2011/03/24/redes-sociais-no-brasil-orkut-e-lider-mas-facebook-cresce-rapidamente/>>. Acesso em: 30/05/2011.

MUCHERONI, Marcos Luis; FERREIRA, Costa Gonçalo. **Análise de Redes Sociais em ambientes informacionais.** XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. Rio de Janeiro: 2010.

MSN. <<http://pt.wikipedia.org/wiki/MSN>>. Acesso em: 29/05/2011.

NEVES, Elisabete da Cruz. **Novo perfil do profissional da informação.** Disponível em: <<http://www.Sibi.usp.br>>. Acesso em: 20 mar. 2011.

NINA, Renée Rosanne Vaz. O Bibliotecário como profissional da informação a as representações de suas competências profissionais e pessoais para atuar em bibliotecas. Enc. Bibli. R. Eletr. Bibliotecon. **Ci. Inf.**, Florianópolis, n. 25, 1º sem. 2008. Disponível em: [www.enancib.ppgci.ufba.br/premio/UFSC\\_VazNina.pdf](http://www.enancib.ppgci.ufba.br/premio/UFSC_VazNina.pdf). Acesso em: 30 jan. 2011.

OLIVEIRA, Rafael Rez. **Estar no LinkedIn não basta. Saiba usa-lo a seu favor.** Disponível em: <<http://www.administradores.com.br>>, publicado em 31 mar. 2011 às 09h27min. Acesso em: 20 mai. 2011.

PAZ JUNIOR, Paulo Roberto Silveira. **Uma Ferramenta Para Extração de Redes Sociais de Pesquisadores.** Curso de Ciência da Computação- Instituto de Ciências Exatas e Geocêntricas. Universidade de Passo Fundo (UPF). Passo Fundo, Brasil. Disponível em: <[http://www.upf.br/computacao/images/stories/TCs/arquivos\\_20092/Paulo\\_Roberto\\_Silveira\\_Paz\\_Junior.pdf](http://www.upf.br/computacao/images/stories/TCs/arquivos_20092/Paulo_Roberto_Silveira_Paz_Junior.pdf)>. Acesso em: 26 mar. 2011.

PEREIRA, Joana Dar´c da Silva. **Função gerencial do profissional da informação na área de Biblioteconomia:** divulgação do assunto em periódicos nacionais. Disponível em: <http://www.google.com.br/#sclient=psyab&hl=ptBR&source=hp&q=FARIA+1983%2C++1+Administrador+de+Sistemas+de+Informação:+profissional+qualificado+em+uma+determina+da+área+técnico+--+cientifica.doc>. Acesso em: 30abr. 2011.



RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet: considerações iniciais.** E Compós, v. 2, 2005.

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

RIBAS, Cláudia S. da Cunha; ZIVIANI, Paula. Redes de Informação: novas relações sociais. **Revista de Economia Política de Iãs Tecnologias de la Información y Comunicación.** Disponível em: <<http://www.epitec.com.br>>, vol. X, n.1, enero - abr. /2008. Acesso em: 26 mar. 2011.

SANTANA, Anderson; et al. **Redes sociais nas organizações e suas novas formas de relacionamento.** Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Maceió – AL- 15 a 17 julho 2011.

SANTOS, Natanael Oliveira dos. **A história das redes sociais.** Disponível em: <<http://www.artigonal.com/marketing-na-internet-artigos/a-historia-das-redes-sociais-4665036.html>>. Acesso em: 02 jun.2011.

SILVA, Antonio Braz de Oliveira; et. al. Análise de redes sociais como metodologia de apoio para a discussão da interdisciplinaridade na ciência da informação. **Ci. Inf.**, Brasília, v.35, ano. 1, jan./abr. 2005.

SILVA, Armando Malheiro da; RIBEIRO, Fernanda. **Formação, perfil e competências do Profissional da Informação.** Comunicação apresentada ao 8º Congresso de Bibliotecários Arquivistas e Documentalistas, Cascais, 2004. Disponível em: <<http://ler.letras.up.pt/site/default>>. Acesso em 26 mar. 2011.

TAMMARO, Anna Maria; SALARELLI, Alberto. **A biblioteca digital.** Brasília: Briquet de Lemos, 2008.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação.** São Paulo: Cortez, 2002.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes Sociais à inovação. **Ci. Inf.**, Brasília, v.34, n.2, p.93-104, maio./ago. 2005.

VERGARA Sylvania Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 4 ed., São Paulo: Atlas, 2003.

VIEIRA, Valter Afonso. As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. **Revista da FAE**, Curitiba, v. 5, n. 1, p.67-70, jan/abr. 2000

ZAMBON, Renato. **RBT e Fidonet Brasil**. Disponível em: <<http://rbt.rsnet.com.br/index.htm>>. Acesso em: 20 jun. 2011.

## APÊNDICE

## Perfil do Profissional usuário do LinkedIn

	Empresa	Formação acadêmica	Estado	Interesse	Condições	Tipo da informação	Data das análises	Grupos de interesse
<b>Sujeito 1</b>	Fadi Sorocaba	Pós-Graduação TI 2010	SP	Oportunidade de carreira Ofertas de consultoria	54/69	Informação pessoal Profissional Ambas	20/05	
<b>Sujeito 2</b>	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco	Mestranda, políticas públicas Memória. Cultura. Identidade Cultural. Mestranda Ciência da Informação.	PE	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimento, solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de empregos, acordos de negócio, retomar um contato.	43			
<b>Sujeito 3</b>	UFRJ	Graduação em Biblioteconomia, Ciência da Informação.	RJ	Consulta de empregos, acordos de negócios, retomar um contato, solicitações de conhecimento, solicitações de referência.	64/76	Pessoal Profissional	20/05/2011	1 grupos
<b>Sujeito 4</b>	Bibliotecária na Aliança Francesa (comércio e desenvolvimento Internacional)	Superior	RJ	Oportunidades de carreira, ofertas de consultoria, novos empreendimentos, consultas de empregos, solicitações de conhecimento, acordos de negócios, solicitações de referência, retomar um contato.	10			
<b>Sujeito 5</b>	Dorotéis	UFPB	PB	Oportunidades de carreira, ofertas de consultoria, novos empreendimentos, consultas de empregos, solicitações de conhecimento, acordos de negócios, solicitações de referência, retomar um contato.	26/30	Profissional	20/05/2011	
<b>Sujeito 6</b>	UEG	Universidade Federal de Goiás (bacharel em biblioteconomia)	GO	Oportunidades de carreira, ofertas de consultoria, novos empreendimentos, consultas de empregos, solicitações de conhecimento, acordos de negócios, solicitações de referência, retomar um contato.	82/96		20/05/2011	6 grupos
<b>Sujeito 7</b>	Fundação Biblioteca Nacional	Especialista em sistemas de informação e qualidade total (centro universitário Augusto Motta)	RJ	Consultas de empregos, solicitações de conhecimento, acordos de negócios, solicitações de referência, retomar um contato.	111/124	Pessoal Profissional	20/05/2011 29/06/2011	2 grupo

<b>Sujeito 8</b>	Librariana na www.bv.sp.gov.br	Mestre Desenvolvimento de tecnologia e gestão ( centro Paula Souza)Especialização e gerencia e sistemas de informação( Fundação escola sociologia e política)	SP	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	428/45	Pessoal Profissional	20/05/2011 29/05/2011	3 grupos
<b>Sujeito 9</b>	Bibliotecária na Pinheiro Neto advogados	Graduação em biblioteconomia, graduação em administração de empresas	SP	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitação de conhecimento, solicitação de referência, ofertas de consultoria.	140			5 grupos
<b>Sujeito 10</b>	Bibliotecária na Sussa Bach Comércio de Livros	Universidade Federal Fluminense Biblioteconomia e Documentação	RJ	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	22/29	Profissional	20/05/2011 29/05/2011	
<b>Sujeito 11</b>	Bibliotecária/ coordenadora/ hemeroteca ABAT- Associação Brasileira de Advocacia Tributaria	Biblioteconomia Universidade Federal de São Carlos	SP	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referencia, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	103/114		20/05/2011 29/05/2011	8 grupos
<b>Sujeito 12</b>	Bibliotecário UFPB		PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	33			
<b>Sujeito 13</b>	Bibliotecária, Barreto Ferreira, Kujawski, Branchere Gonçalves Sociedade de advogados - BKBG.	FASP (Faculdades associadas São Paulo) Master in Business Intelligence, Biblioteconomia e Ciência da Informação-Fundação Escola Sociologia e Política de São Paulo	SP	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	126/144	Pessoal Profissional	20/05/2011 29/05/2011	2 grupos
<b>Sujeito 14</b>	Bibliotecário na Procuradoria Regional Trabalho 13ª região, Coordenador na Extra Libris	Mestre em Ciência da Informação UFPB, Especialização Gestão em Unidades de Informação, Biblioteconomia UFPE.	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria.	178/	Profissional	20/05/2011 29/05/2011	3 grupos
<b>Sujeito 15</b>	Bibliotecária, Biblioteca Setorial do Escritório de Aplicações de Assuntos Jurídicos BSEAAJ/UEL	Especialista gerencia de Unidades de Informação-UEL Especialista em Gestão Pública Instituto Superior de Educação do Paraná, Bacharel em Biblioteconomia UFPR.	PR	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	126			16 grupos

<b>Sujeito 16</b>	Coordenadora da Biblioteca no Museu Nacional de Belas Artes	Universidade Federal Fluminense Biblioteconomia.	RJ	Ofertas de Consultoria, novos empreendimentos.	80/94	Profissional	20/05/2011 29/05/2011	
<b>Sujeito 17</b>	Bibliotecária na Editora	Universidade de São Paulo	SP	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	72/82	Pessoal Profissional	20/05/2011 29/05/2011	8 grupos
<b>Sujeito 18</b>	Bibliotecária Documentalista da Universidade Federal do Rio de Janeiro.	Especialista em gestão de Projetos (Universidade Cândido Mendes) Bacharel em Biblioteconomia Documentação (Universidade Federal Fluminense)	RJ	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	23		28/06/2011	
<b>Sujeito 19</b>	Bibliotecária na UFPB	Mestre em Ciência da Informação - UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	12/20	Profissional	28/06/2011 29/06/2011	4 grupos
<b>Sujeito 20</b>	Bibliotecária na CESUM Maringá	Bibliotecária Universidade Federal do Paraná Londrina	PR	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	26/32	Profissional Pessoal	28/06/2011 29/06/2011	3 grupo
<b>Sujeito 21</b>	Bibliotecária 2.0 UFRJ	Bacharel em Biblioteconomia Documentação (Universidade Federal Fluminense).	RJ		112		28/06/2011	3 grupos
<b>Sujeito 22</b>	Bacharel em Biblioteconomia e Especialista em História do Brasil Recife-PE	Biblioteconomia - UFPB Faculdade de Formação de Profissionais	PE	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	50	Profissional Pessoal	28/06/2011 29/06/2011	
<b>Sujeito 23</b>	Bibliotecária	Universidade Federal Rio De Janeiro	RJ		67		20/05/2011	6 grupos
<b>Sujeito 24</b>	Estagiária Tribunal de Justiça	Biblioteconomia UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de retomar contato.	62			

<b>Sujeito 25</b>	Agente de atividade	Secadm	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	1	Pessoal	28/06	
<b>Sujeito 26</b>	Responsável pelo arquivo televisivo	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	32	Pessoal Profissional	28/06	1 grupo
<b>Sujeito 27</b>	Aux. De biblioteca	Universidade Paulista		Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	45	Pessoal Profissional	28/06	3 grupos
<b>Sujeito 28</b>	Professor	Universidade de Brasília	DF	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de empregos.	71	Profissional	28/06	
<b>Sujeito 29</b>	Professor	UFPB	PB	Ofertas de consultoria Retomar um contato.	86	Profissional	28/06	
<b>Sujeito 30</b>	Bibliotecário	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de empregos.	18	Pessoal	28/06	
<b>Sujeito 31</b>	Professor	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de empregos.	46	Pessoal Profissional	28/0628/06	2 grupos
<b>Sujeito 32</b>	Bibliotecária	Instituto Federal de Educação e Tecnologia Pernambuco Mestre	PE	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de em empregos.	53	Pessoal	28/06	
<b>Sujeito 33</b>	Vendedor	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de empregos.	14	Pessoal Profissional	28/06	
<b>Sujeito 34</b>	Vendedor	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência,	14	Pessoal Profissional	28/0628/06	

				consultoria, consultas de em empregos.				
<b>Sujeito 35</b>	Coordenadora SENA psicóloga	UFPB Especializações	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de empregos.	1	Pessoal Profissional	28/0628/06	
<b>Sujeito 36</b>	Analista de Marketing	Centro Universitário Carioca	RJ	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência., consultoria, consultas de empregos.	18	Pessoal Profissional	28/06	
<b>Sujeito 37</b>	Professor Mestre	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de em empregos.	45	Pessoal Profissional	28/06	1 grupo
<b>Sujeito 38</b>	Profissional independ	PAÍS ARGENTINA		Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de empregos.	4	Pessoal	28/06	
<b>Sujeito 39</b>	Bibliotecária			Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de empregos.	13	Profissional	28/06	
<b>Sujeito 40</b>	CONSULTOR		PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de empregos.	7		28/06	
<b>Sujeito 41</b>	Bibliotecária		SP	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referencia, consultoria, consultas de empregos.	36		28/0628/06	
<b>Sujeito 42</b>			PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria.	1	Pessoal	29/06 28/06	
<b>Sujeito 43</b>	Bibliotecária	UFPB Mestre	RN	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de empregos.	104	Pessoal Profissional	29/06 28/06	2 grupos
<b>Sujeito 44</b>	Professor / Analista	UFPB	PB	Oportunidade de carreira,	6	Pessoal	29/06	1 grupo

				retomar um contato.		Profissional	28/06	
<b>Sujeito 45</b>	Professor Editor Diretor	Cyti Universiti	RJ	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	233	Pessoal Profissional	29/06 28/06	
<b>Sujeito 46</b>	Estudante de Biblioteconomia	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	27	Pessoal	29/06 28/06	
<b>Sujeito 47</b>	Bibliotecária	UFSP Biblioteconomia Adm. Empresas	SP	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	153	Profissional	29/06 28/06	4 grupos
<b>Sujeito 48</b>	Estudante de Biblioteconomia Assistente	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	81	Pessoal Profissional	29/06 28/06	
<b>Sujeito 49</b>	Bibliotecário	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	44	Profissional	29/06 28/06	
<b>Sujeito 50</b>	Profissional de apoio	Univ. Fed. Paraná	SP		115	Pessoal Profissional	29/06 28/06	



<b>Sujeito 51</b>	Bibliotecário	Univ. Fed. São Carlos	SP	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.		Pessoal	29/06 28/06	27 Grupos
<b>Sujeito 52</b>	Estudante	Univ. La Palmas Espanha		Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	1	Pessoal	29/06 28/06	
<b>Sujeito 53</b>				Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	1		29/06 28/06	
<b>Sujeito 54</b>	Bibliotecaria	UEL	PR	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	96	Pessoal Profissional	29/06 28/06	12 grupos
<b>Sujeito 55</b>	Adm. Empresas Pesquisador	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	174	Pessoal Profissional	29/0628/06	7 Grupos
<b>Sujeito 56</b>				Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	1		29/0628/06	
<b>Sujeito 57</b>	Estudante de Biblioteconomia	UFPB		Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de	18	Pessoal	29/06 28/06	

				consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.				
<b>Sujeito 58</b>	Arquivista Especializações	Fundação Getulio Vargas	SP	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	318	Pessoal Profissional	29/06 28/06	28 grupos
<b>Sujeito 59</b>	Estudante de Ecologia Aux. Adm. Recursos Humanos	UFPB INPER	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	2	Pessoal Profissional	29/06 28/06	
<b>Sujeito 60</b>	Bibliotecária	FESP	SP	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	55	Pessoal Profissional	29/0628/06	12 grupos
<b>Sujeito 61</b>				Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	4		29/06 28/06	
<b>Sujeito 62</b>	Bibliotecária	UFF	RJ	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	32	Pessoal Profissional	29/06 28/06	1 Grupo
<b>Sujeito 63</b>	Arquivista	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	24	Profissional	29/06 28/06	
<b>Sujeito 64</b>	Arquivista	UFRJ	RJ	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos,	71	Pessoal Profissional	29/06 28/06	19 Grupos

				Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.				
<b>Sujeito 65</b>	Estudante de Biblioteconomia	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	25		29/06 28/06	
<b>Sujeito 66</b>	Estudante de Biblioteconomia	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	36		29/06 28/06	
<b>Sujeito 67</b>	Bibliotecária	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	94	Profissional	29/0628/06	
<b>Sujeito 68</b>	Estudante de Biblioteconomia	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	38	Pessoal Profissional	29/06 28/06	3 grupos
<b>Sujeito 69</b>	Professor Estudante de Biblioteconomia Outras atividades	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	25	Profissional	29/06 28/06	
<b>Sujeito 70</b>	Estudante de Biblioteconomia	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, Solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	31	Profissional	29/06 28/06	
<b>Sujeito 71</b>	Estudante de Biblioteconomia	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	27		29/06 28/06	
<b>Sujeito 72</b>	Bibliotecária	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um	42	Profissional	29/06 28/06	1 grupo

				contato.				
<b>Sujeito 73</b>	Bibliotecário	Univ. Ouro Preto USP	SP	Consulta de empregos, acordo de negócios, retomar um contato, solicitações de conhecimento, solicitações referência.	262	Profissional Pessoal	29/06 28/06	3 grupos
<b>Sujeito 74</b>	Contador Mestre	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	39	Profissional	29/06 28/06	
<b>Sujeito 75</b>	Bibliotecária Esp. Gestão de projetos	UFF Univ. Cand. Mendes	RJ	Ofertas de consultoria, Acordo de negócios, retomar um contato, solicitações de conhecimento, solicitações referência.	31	Profissional	29/06 28/06	
<b>Sujeito 76</b>	Bibliotecaria	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	30	Profissional	29/06 28/06	2 grupos
<b>Sujeito 77</b>		EUA		Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	1		29/0628/06	
<b>Sujeito 78</b>	Estudante	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	20		29/06 28/06	
<b>Sujeito 79</b>	Aux. Secretária		PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	5		29/06 28/06	
<b>Sujeito 80</b>	Bibliotecária	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	4		29/06	
<b>Sujeito 81</b>	Bibliotecária Professora	UFRN	RN	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de	48	Profissional	29/06	2 grupos

	Mestre			conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.				
<b>Sujeito 82</b>	Estudante	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	28	Profissional	29/06	
<b>Sujeito 83</b>	Mestre	USP	SP	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	69	Profissional	29/06	4 Grupos
<b>Sujeito 84</b>	Bibliotecária	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	79	Profissional Pessoal	29/06	4 Grupos
<b>Sujeito 85</b>	Bibliotecário	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	26	Pessoal Profissional	29/06	1 grupo
<b>Sujeito 86</b>			PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	5	Profissional	29/06	
<b>Sujeito 87</b>	Mechandiser	CHINA		Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	40	Pessoal Profissional	29/06	5 grupos
<b>Sujeito 88</b>	Secretário	Natal	RN	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	12	Profissional	29/06	
<b>Sujeito 89</b>	Estudante de Bibliote	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos	23	Profissional	29/06	

				de negócio, retomar um contato.				
<b>Sujeito 90</b>	Bibliotecária	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	1	Profissional	29/06/2011	
<b>Sujeito 91</b>	Estudante	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	8		29/06	
<b>Sujeito 92</b>	Bibliotecária	UFF	RJ		123	Pessoal Profissional	29/06	2 grupos
<b>Sujeito 93</b>	Aux. Biblioteca Outros	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	279	Profissional Pessoal		
<b>Sujeito 94</b>	Secretária		PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	4	Profissional	29/06	
<b>Sujeito 95</b>	Bibliotecário	UFMG		Novos empreendimentos	255	Profissional Pessoal	29/06	6 grupos
<b>Sujeito 96</b>	Coordenadora de sistemas			Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	20	Profissional	29/06	
<b>J Sujeito 97</b>	Bibliotecário	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	36	Profissional Pessoal	29/06	
<b>Sujeito 98</b>	Chefe de gabinete		PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência,		Profissional	29/06	

				consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.				
<b>Sujeito 99</b>	Professora Mestre	UFPB	PB	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	50	Profissional	29/06	
<b>Sujeito 100</b>	Arquivista Professor	UFSP	SP	Oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, Solicitações de referência, ofertas de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócio, retomar um contato.	500	Profissional	29/06/2011	3 grupos