

DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO PROFISSIONAL NO LINKEDIN: uma análise sob a ótica das redes sociais

THE PROFESSIONAL INFORMATION ON LINKEDIN'S DISSEMINATION: an analysis from the perspective of social networks

Maria Ines Santos do Nascimento*

Wagner Junqueira de Araújo**

RESUMO

O termo redes sociais é utilizado para descrever as relações existentes entre as pessoas. Este trabalho teve como objetivo analisar o tipo de informação e o perfil dos usuários em uma rede social com foco em profissionais, o LinkedIn. Apresenta uma revisão de literatura sobre a origem e evolução histórica das redes sociais, dando ênfase às redes sociais profissionais. Para o seu desenvolvimento, utilizou-se uma abordagem qualitativa e quantitativa e na coleta de dados aplicou-se a técnica de análise de conteúdo. Teve como amostra um grupo de 100 indivíduos cadastrados no LinkedIn que compunham a rede social de um dos autores durante o período da pesquisa. Durante a análise, buscou-se verificar a interação informacional dos profissionais da área de ciência da informação e áreas afins. Considerou-se que seria possível identificar a disseminação da informação na rede social e a transferência desta através das conexões existentes entre os usuários da rede. Principalmente pela troca de mensagens e grupos de interesse e discussões. Como resultado identificou-se a existência de comunicação e interação entre profissionais da informação com profissionais de diversas áreas. Os dados coletados permitiram construir tabelas que demonstram o grau de crescimento das conexões, quadros indicativos com dados de dispersão geográfica, formação acadêmica e o tipo de informação trocada. Constatou-se que este tipo de rede social possui potencial para ser mais uma ferramenta para o profissional da informação no uso e desenvolvimento de suas atribuições nas unidades de informação.

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

ABSTRACT

The term social network is used to describe the relationships among people. This study considered to analyze the type of information and profile of a social network focused on professionals users (LinkedIn). Shows a literature review on the origin and historical evolution of social networks, with an emphasis on professional social networks. For development we used a qualitative and quantitative approach, the data collection technique applied was content analysis. The sample we used a group of 100 individuals registered on LinkedIn that made part of social networking of one the authors during the research period. While the analysis we attempted to verify the interaction of informational professionals in information science and related fields. It was considered that it would be possible to identify the dissemination of information in social networks and the transfer of this through connections among network users. Primarily by message exchanged, interest groups and discussions. As a result we identified the existence of communication and interaction among information professionals with professionals from different areas. The data collected allowed to build tables that show the degree of growth of connections, tables with data indicative of geographic dispersion, academic degree and type of exchanged information. It was found that this type of social network have the potential to be a tool for information professionals in the use and development of their duties in the information units.

Keywords: Information Technology. Social Networks. Information Professional. Information Dissemination. LinkedIn.

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 e da Web como alguns dos principais canais para disseminação da produção de fontes e fluxos de informação científica e técnica, 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) e a Internet, pode ser entendida como a grande rede que disponibiliza uma infraestrutura com ferramentas utilizadas para o processamento da informação, entretenimento, serviços e comunicação.

Para fins deste artigo, as redes sociais (RS) ou redes de relacionamento serão entendidas conforme definido por 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 que passa pelas redes, acessíveis a todos os cidadãos, provocou uma grande revolução na disseminação da informação, pois permite que todos possam acessar uma grande quantidade de informação.

A velocidade com que as informações são processadas, renovadas e disponibilizadas em meio eletrônico, como também a evolução dos recursos que facilitam o acesso e uso da rede por qualquer pessoa que saiba manusear um computador ou outro dispositivo de acesso à Web, indica a necessidade constante de pesquisas. Surgiram então as seguintes questões: Que tipo de informação circula na rede LinkedIn? Qual o perfil do usuário? Nesse sentido, esta pesquisa teve como objetivo **avaliar o tipo de informação e o perfil dos usuários desta rede social.**

O Estudo teve foco na rede social LinkedIn, pois esta rede está entre as mais populares da Internet. É uma ferramenta de relacionamento focada no ambiente corporativo, utilizada por profissionais da informação em diferentes organizações, bem como de várias outras áreas do conhecimento. Procurou-se estudar quais os tipos de informação são postados por seus membros e os perfis destes.

Tendo como base as interações estabelecidas pela a 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 efetuou-se o estudo através de uma análise do perfil dos usuários relacionados na rede do autor.

2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DAS REDES SOCIAIS

A evolução histórica das redes sociais teve início em 1977, quando foi criada a primeira rede social a Six Degrees. Permitia que seus usuários criassem um perfil e se tornassem amigos dos demais usuários. Também em 1977, surgem os primeiros BBS (Bulletin Board Systems) nos EUA. Segundo Santos (2011), ainda em “1977, surge um dos primeiros provedores da Internet, a América Online, que foi uma das pioneiras na categoria bate-papo”.

No final dos anos 70 o BBS foi o primeiro a ser colocado on-line. O BBS é um sistema que permite a conexão via telefone a um sistema através do computador, foi o primeiro que possibilitou aos usuários fazer login e interagir uns com os outros de forma que apenas uma pessoa por vez poderia ter acesso. 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. No Brasil os primeiros BBS surgem em 1984 (ZAMBON, 1999). Mesmo com o acesso limitado aos assinantes, provedores como a AOL e Mandic (no Brasil) tiveram um papel importante na popularização das mensagens instantâneas (SANTOS, 2010).

Em 1988, foi criado o IRC (Internet Relay Chat) usado para o compartilhamento de arquivos, links, e manter contato com outras pessoas. Logo depois surgem outros programas de mensagens instantâneas, porém nenhum durou tanto como o MSN da Microsoft, que encerrou suas atividades em 2012. Alguns podem afirmar que o MSN não foi encerrado, mas migrado para o Skype. Em 1999, surgiu o LiveJournal uma rede social criada em cima de uma atualização constante de blogs e circuitos de notícias. Posteriormente vieram outras redes sociais mais populares e outras nem tanto, porém todas muito semelhantes como: o

Myspace, Orkut, Facebook, Twitter, LinkedIn, entre outras (SANTOS, 2010).

Dentre as redes sociais destacamos as Redes Sociais Profissionais (RSP), a relação entre empresas e profissionais começou a ser estudada no final dos anos 70. Segundo Martes, “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., 2006).

Ainda segundo os autores, estudos pioneiros sobre redes sociais enfatizavam 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” (MARTES, et al., 2006). 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 como uma ferramenta de marketing, na divulgação de produtos e serviços.

Nesse sentido, estuda-se a rede social como uma ferramenta para 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. Nesse contexto citamos algumas Redes Sociais exclusivamente profissionais ativas durante o período da pesquisa: LinkedIn, Viadeo, Xing, Ziki, Plaxo e Naymz.

O LinkedIn foi criado em 2002 pelo americano Reid Hoffman, com uma média de um milhão de novos usuários por semana. Conecta profissionais ao redor do mundo, com mais de

100 milhões de usuários no mundo, incluindo executivos. É uma das maiores redes profissional da Internet, está disponível em seis idiomas: inglês, português, francês, alemão, italiano e espanhol. 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 profissionais que fazem a diferença no mercado de trabalho.

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, de início a rede recebeu o nome de Viaduc, em 2006 recebeu o nome de Viadeo nas versões Italiano e Inglês. 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, está disponível nos idiomas, Inglês, Francês, Alemão, Italiano, Português e Espanhol.

A XING é voltada para profissionais de negócios, com mais de 10 milhões de membros em todo o mundo, nela pode-se encontrar emprego, colegas, novas atribuições, parceiros de cooperação, especialistas e gerar ideias de negócios.

Das redes sociais profissionais o Plaxo é o mais parecido com uma rede social comum, a diferença é que ele também é utilizado pelos usuários para divulgar dados profissionais. Entre as comodidades da rede está a possibilidade de conectá-la com outros serviços on-line, como Twitter, Facebook e blogs, tem semelhança com a rede social LinkedIn e funciona como um agregador e vinculador de serviços.

Portanto, percebe-se o potencial deste trabalho para compreender os modelos de interação e fluxo de informação neste tipo de rede, contudo, para isso é necessário trabalhar com modelos e métodos de análise de redes sociais.

3 ANÁLISE DE REDES SOCIAIS (ARS)

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 única de redes sociais e 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 significadamente, tal crescimento vem ocorrendo em função da quantidade de dados disponíveis para análise na Web.

Nesse contexto, diversas pesquisas vêm 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. A exemplo de trabalhos como:

- Das redes sociais a inovação (TOMAÉL; ALCARÁ; DI CHIARA, 2005);
- Análise de estudo e transferência da informação (MARTELETO, 2001);
- Redes de Informação: novas relações sociais (RIBAS; ZIVIANI, 2008);
- Co-autoria como indicador de redes de colaboração científica (MAIA; CAREGNATO, 2008);
- Redes Sociais e Intelectuais em Administração da Informação (GRAEMIL; MACADA; ROSSONI, 2006).

Emirbayer e Goodwin (1994) salientam que a análise de redes sociais não é uma teoria formal ou unitária, mas uma ampla estratégia de investigação de estruturas sociais. Essa posição é reforçada por Ribas e Ziviani (2008), pois indicam que “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”.

Conforme a visão do autor, muitas redes nascem e se nutrem por meio de listas de discussão na Internet, outras acontecem onde as pessoas não têm acesso à Web e utilizam outras estratégias de comunicação, ou seja, através de reuniões de grupos religiosos, comunitários, etc. De acordo com 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.

As organizações começam a identificar como as pessoas usam a informação, e não como usam os recursos tecnológicos, ou seja, não podemos usar uma boa ferramenta se não soubermos utilizar a informação. As informações que as pessoas consideram importantes nas organizações, em grande parte, não são passíveis de serem gerenciadas por recursos tecnológicos.

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 buscarem desenvolver continuamente suas habilidades. A informação e o conhecimento passam a ser valiosos para a capacitação desses profissionais.

Estudos 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 apud FERREIRA, 2003).

Segundo Hoffmann et al. (2007, p. 106), “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”. Tal afirmação corrobora com os objetivos para o desenvolvimento desta pesquisa.

4 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

Trata-se de uma abordagem qualitativa que se baseia na análise dos dados e significados obtidos, e quantitativos, pois, irá quantificá-los e relacioná-los à revisão teórica da pesquisa. A pesquisa analisou a dinâmica Informacional do LinkedIn por meio da compreensão da mediação, circulação e uso da informação.

Para realização desta pesquisa, foi necessário selecionar um grupo de pessoas que compõe a população da amostra. Universo ou população, segundo Bolfarine e Bussad (2005), é o conjunto de elementos (empresas, pessoas ou produtos), que possuem as características que serão o objeto de estudo. O grupo estudado foi selecionado entre os indivíduos que estão cadastrados na rede de um dos autores deste trabalho no LinkedIn, estes foram identificados entre o período de abril e maio de 2011, gerando uma amostra de (100) sujeitos. Sendo a pesquisa realizada no período 20/05/2011 a 29/06/2011.

Seguindo as orientações de ARS, analisou-se o perfil de cada sujeito, a empresa em que o sujeito trabalha ou faz parte, sua formação acadêmica, estado de federações em que reside, interesses, suas conexões, o tipo de

informação trocada na rede, como também se verificou a participação do sujeito em algum grupo. O quadro 1 detalha as variáveis que foram abordadas para o desenvolvimento da pesquisa.

Quadro 1 - Análise do perfil do profissional usuário analisado no LinkedIn

Objetivo	Variáveis	Instrumento de coleta
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 pelo LinkedIn
Analisar o grau de conexão entre os usuários do LinkedIn.	Grau de conexões. Se a conexão è: Conexão direta, Conexões de 2º graus, Conexões de 3º grau, Conexões de grupos.	Análise de conteúdo pelo LinkedIn
Analisar área de interesse de cada profissional analisado.	Interesse: Interesse em oportunidade de carreira, novos empreendimentos, solicitações de conhecimentos, solicitações de referência, oferta de consultoria, consultas de emprego, acordos de negócios e retomar um contato.	Análise de conteúdo pelo LinkedIn

Fonte: elaborado pelo autores com dados da pesquisa, 2011.

4.1 CARACTERÍSTICAS E FERRAMENTAS DO AMBIENTE LINKEDIN

O LinkedIn disponibiliza em sua página inicial 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. Na opção “emprego”, pode localizar empregos,

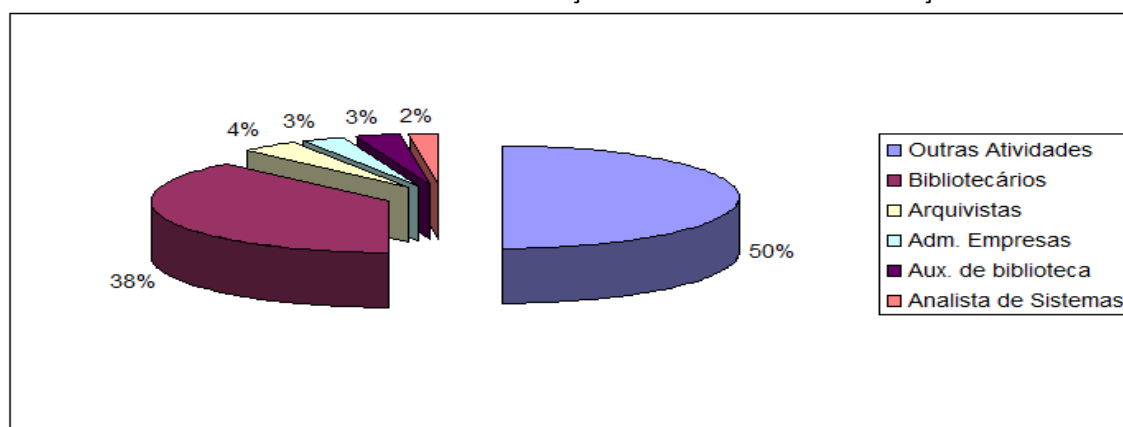
anunciar uma vaga, gerenciar empregos além da ferramenta de contratação. Pode acessar a sua “caixa de entrada”, que disponibiliza mensagens de contato de outros usuários enviadas a ele. Na opção “empresas” o usuário pode pesquisar as empresas cadastradas seguidas por ele, entre outras opções. No campo “sua rede” pode-se visualizar o número de conexões, que indica as ligações do perfil do usuário a outros profissionais e o número total de pessoas conectadas à sua rede.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Dentro da amostra dos profissionais selecionados, foi analisada a profissão de cada sujeito. 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, conforme indicado no gráfico 1 a seguir.

Gráfico 1 - Identificação do Profissional da informação



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Por meio da variável grau de conexão, foi identificado o crescimento das conexões na rede social destes usuários. Foram selecionados aleatoriamente 20 sujeitos para verificar o grau de conexão existente. Para essa análise foram

realizadas duas coletas, a primeira realizada no dia 20/05/2011 e a segunda coleta em 29/06/2011. A tabela 1 registra os percentuais de crescimento das conexões.

Tabela – 1 Crescimento das conexões

Crescimento das conexões				
	Realização da 1ª coleta 20/05/2011	Realização da 2ª coleta 29/06/2011	% de crescimento	Nr.
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

Fonte: dados da pesquisa (2011).

Na primeira coluna, os sujeitos foram ordenados de acordo com o percentual de crescimento. A segunda indica a data da realização da 1ª coleta com o número de conexões, na terceira coluna consta a data da realização da 2ª coleta. Na quarta coluna, o percentual de crescimento de cada conexão, e por fim, na quinta coluna o número de conexões que cada sujeito agregou à sua rede. Os padrões de crescimento e conexões das redes sociais podem ser estudados de diferentes formas, segundo Brandão e Parreiras (2010), “modelos de geração e crescimento de redes têm sido propostos e suas propriedades têm sido estudadas”.

Uma das propriedades que pode ser observada foi referente à dispersão geográfica dos membros conectados. Com base na amostra, observou-se que 53% das conexões identificadas estavam no Estado da Paraíba, o que é coerente com o local de residência do perfil utilizado para a pesquisa. Contudo 17% das conexões foram do Estado do Rio de Janeiro, 16% do Estado de São Paulo, 6% do

Estado do Paraná, 3% do Estado de Pernambuco, 1% do Estado do Rio Grande do Norte e 10% dos usuários não informaram seu local. Em nível internacional tivemos 1 conexão da Argentina, 1 da Espanha, 1 do Estados Unidos e, por fim, 1 da China. A dispersão verificada é condizente, e corrobora, com o que foi observado na literatura sobre redes sociais, onde se encontram afirmativas de que as redes sociais não possuem barreiras geográficas.

Outro ponto observado foi a pluralidade na formação dos indivíduos estudados. Ao verificar-se a formação acadêmica de cada sujeito, foi identificado que 31 profissionais possuem especialização, 26 possuem a graduação completa, 26 estavam cursando a graduação, 10 possuem o título de mestre, 5 estão cursando o mestrado e 2 são doutores.

Os profissionais de informação, como bibliotecários e arquivistas, estão em contato com pessoas de vários departamentos, por serem agentes que atuam na transferência da informação. Com base na pesquisa, verificou-se

que 4% dos usuários da amostra possuíam formação na área de Tecnologia da Informação e 19% em Administração.

Analisaram-se também os tipos de informação que eram postadas pelos sujeitos. Foi verificado no perfil de cada um dos indivíduos o tipo de informação que ele disponibilizava, se a informação era de cunho pessoal ou profissional. Foram classificadas como informação profissional postagens sobre

trabalhos realizados, projetos, etc. e informação pessoal quando se tratava de festas, família, etc.

Verificou-se que 42% trocam informações profissionais, 33% trocam informações profissionais e pessoais, 15% trocam apenas informações pessoais e 10% não disponibilizaram nenhum tipo de informação em seu perfil.

Quadro 2 - Variável interesse de cada profissional

Interesse	%
Oportunidade de carreira	90%
Novos empreendimentos	91%
Solicitações de conhecimento	91%
Solicitações de referência	90%
Ofertas de consultoria	88%
Consultas de empregos	90%
Acordos de negócios	89%
Retomar um contato	94%
Grupos de interesse	42%

Fonte: dados da pesquisa (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.”. Esta afirmação foi um dos pontos observados nesta pesquisa, conforme apresentado no quadro 2. Observou-se que a maioria declarou os mesmos pontos de interesse. No entanto, existe uma pluralidade quando se trata de Grupos e associações, sendo identificadas 51 diferentes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No contexto das redes sociais, a informação não se encontra centralizada, as conexões existentes através das interações criam possibilidades para que os profissionais atuem como multiplicadores e disseminadores da informação. Desta forma, tais redes apresentam potencial para serem mais uma ferramenta para o profissional da informação no uso e desenvolvimento de suas atribuições nas unidades de informação.

Indicações de interesse, participação em grupos ou associações, formação acadêmica, são informações importantes quando uma

organização busca um profissional. É cada vez mais comum as organizações tirarem proveito das redes sociais como ferramenta de auxílio na seleção de profissionais. Tais redes também se mostram como um canal efetivo para entrar em contato com os profissionais. Como as redes sociais, profissionais disponibilizam a opção de acesso aos perfis de seus usuários, e é possível a visualização e busca pelo currículo ao qual se tem interesse. Os conteúdos inseridos, tais como atuação em projetos, trabalhos anteriores, etc. podem ser validados pelos demais membros que compõem a rede de um indivíduo, o que aumenta a credibilidade das informações publicadas.

Apesar de não trazer novos conceitos para o tema abordado, sua aplicabilidade demonstrou potencial para a geração e transferência de informação por meio dos resultados obtidos. Ficou demonstrando, portanto, o potencial deste tipo de rede social para ações de cunho profissional, com um tipo de informação especializada sem limitações de abrangência geográfica.—Outras pesquisas podem ser desenvolvidas sobre este tema, como a implementação de um estudo sob a ótica empresarial, entre outros.

REFERÊNCIAS

- BOLFARINE, Heleno; BUSSAB, Wilton Oliveira. **Elementos de amostragem**. São Paulo: Edgar Blucher, 2005.
- 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. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO INOVAÇÃO E INCLUSÃO SOCIAL, 11. 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: [S.n.], 2010.
- 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.
- 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.
- 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.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. Atlas, São Paulo, 2006.
- 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.
- 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. contemp.**, Curitiba, v. 2, n.1, 2007.
- 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/pbcib/index.php/pbcib/articled/view/1152>>. Acesso em: 20 mai. 2011.
- MARTELETO, Regina. Análise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ci. Inf.** vol.30 no.1 Brasília Jan./Apr. 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. 2004.

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

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>. Acesso em: 26 mar. 2011.

RIBAS, Claudia; Ziviani, Paula. Redes de informação: novas relações sociais. **Revista Eptic online**. v. 10, n. 1, 2008.

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

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

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

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

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.

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

Dados sobre Autoria

* Graduada em biblioteconomia pela UFPB
E-mail: ines774@hotmail.com

** Doutor em Ciência da Informação pela UnB.
Professor Adjunto II no Departamento de Ciência da Informação – UFPB. Professor do programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - UFPB
E-mail: wagnerjunqueira.araujo@gmail.com

Artigo enviado em abril de 2012 e aceito em março de 2013.