

folha de rosto

Revista de Biblioteconomia e Ciência da Informação

O Uso da Rede Social Como Prática de Informação: um estudo no grupo 'Mulher, me Ajuda Aqui' do Facebook¹

Rebecca Maria de Freitas Sousa Oliveira

Ana Rafaela Sales de Araújo

Midinai Gomes Bezerra

Jonathas Luiz Carvalho Silva

ARTIGO

Resumo

O objetivo deste estudo é traçar o perfil das integrantes do grupo Mulher, me ajuda aqui! do Facebook e identificar as necessidades informacionais das integrantes (tipo de informação mais compartilhada). Como metodologia, adota-se a pesquisa exploratória e descritiva e quanto aos procedimentos técnicos, o estudo classifica-se como bibliográfico e documental. Aplica-se também a metodologia de análise de redes sociais no grupo Mulher, me ajuda aqui! Compreende também quanto à abordagem do problema, uma pesquisa qualitativa e adota-se como instrumento de coleta de dados, a técnica do questionário e utiliza-se como técnica de análise de dados, a análise de conteúdo dos assuntos mais postados no referido grupo. Como resultado, infere-se que o perfil das integrantes do grupo estudado, são, em maior número, de gênero feminino, idade entre 25 a 34 anos, residentes na cidade de Fortaleza (CE) e, que as necessidades informacionais das integrantes, em grande maioria, são relacionadas à saúde e à beleza. Como conclusão, considera-se pertinente a aplicação dos estudos das práticas informacionais, visando à interlocução entre o sujeito e a informação, inseridos em um contexto social e cultural, como exemplo, no campo empírico da rede social em questão.

Palavras-chave: Práticas informacionais. Necessidades de informação. Facebook (Rede social on-line).

The Use of the Social Network as an Information Practice: a study in the 'Woman, Help Me' group of Facebook

Abstract

The purpose of this study is to outline the profile of the members of the Woman group, help me here! of Facebook and identify the informational needs of the members (type of information more shared). As a methodology, the exploratory and descriptive research is adopted and as for the technical procedures, the study is classified as bibliographic and documentary. It is also applied the methodology of analysis of social networks in the group Woman, help me here! It also understands the approach to the problem, a qualitative-quantitative research and is adopted as an instrument of data collection, the technique of the questionnaire and is used as data analysis technique, the content analysis of the subjects most posted in that group. As a result, it is inferred that the profile of the members of the group studied are, in greater number, female gender, aged between 25 and 34 years, living in the city of Fortaleza (CE) and that the informational needs of the members, in are related to health and beauty. As a conclusion, it is considered relevant to apply the studies of information practices, aiming at the interlocution between the subject and the information, inserted in a social and cultural context, as an example, in the empirical field of the social network in question.

Keywords: Informational practices. Information needs. Facebook (Social Networking Online).

¹ Trabalho premiado no GT 6: Tecnologias da Informação, durante a IX Semana Acadêmica de Biblioteconomia (SEABI) de 2017.

1 Introdução

A presente pesquisa realiza um estudo analítico de uso das redes sociais como prática de informação. Dessa forma, pode-se enunciar que as redes sociais são organizações constituídas por pessoas e grupos afins que se concatenam partindo de interesses ou princípios em comuns, ocorrendo dentro ou fora da internet.

De acordo com Marteleto (2010, p. 31), “Nos dias atuais, é comum associar a expressão – redes sociais – aos encontros e aos espaços virtuais de interação, relacionamento e colaborações na Internet”. Embora as redes sociais possibilitem vínculos e integrações de relacionamentos entre as pessoas em qualquer espaço que esteja ocorrendo essa interação.

Decerto, Tomaél, Alcará e Di Chiara (2005, p. 95), consideram que a rede social virtual torna-se disponível por meio de:

Software social que, com uma interface amigável, integra recursos além dos da tecnologia da informação. O uso desses recursos gera uma rede em que os membros convidam seus amigos, conhecidos, sócios, clientes, fornecedores e outras pessoas de seus contatos para participar de sua rede, desenvolvendo uma rede de contatos profissional e pessoal, que certamente terá pontos de contatos com outras redes. Enfim, são ambientes que possibilitam a formação de grupos de interesses que interagem por meio de relacionamentos comuns.

Esses grupos de interesses comuns, interagem por meio da rede, mantendo relacionamentos amistosos com troca de informações, utilizando uma linguagem simples da realidade de seus usuários, entretanto, faz-se necessário moderadores ou intermediários na comunicação direta entre os participantes da comunidade.

Por conseguinte, mediante a Análise de Redes Sociais (ARS), realiza-se uma descrição esquematizada da interação entre os atores estudados, nesse caso, no grupo Mulher, me ajuda aqui! da rede social *Facebook*. Essa comunidade tem como objetivo principal, o compartilhamento de dúvidas e dicas do universo feminino.

“Nos espaços informais, as redes são iniciadas a partir da tomada de consciência de uma comunidade de interesses e/ou valores entre seus participantes” (MARTELETO, 2001, p. 73). Os estudos sobre redes sociais comumente tratam da análise do comportamento dos indivíduos e como acontecem essas interações, cujas relações variadas, unem integrantes de uma mesma linha de pensamento social.

A fim de responder ao seguinte problema: Como ocorrem as dinâmicas da informação em redes sociais no âmbito do grupo Mulher, me ajuda aqui! no *Facebook*? Objetiva-se no escopo desse trabalho, traçar o perfil das integrantes do grupo Mulher, me ajuda aqui! e identificar as necessidades informacionais das integrantes (tipo de informação mais partilhada).

2 Procedimentos Metodológicos

Quanto aos objetivos, delinea-se como uma pesquisa de cunho exploratório e descritivo, pois busca-se, respectivamente, elevar a compreensão do fenômeno de estudo das redes sociais como prática de informação, bem como traçar o perfil e descrever as práticas informacionais das integrantes do grupo Mulher, me ajuda aqui! (MMAA), do *Facebook*.

Quanto aos procedimentos técnicos, o estudo classifica-se como bibliográfico e documental. Em primeiro lugar, constitui-se no levantamento, na leitura e no fichamento de livros, artigos científicos para construção da revisão de literatura. Em segundo lugar, analisa-se documentos e práticas informacionais partilhados no grupo supramencionado.

Aplica-se também a metodologia de análise de redes sociais no grupo MMAA, que, de acordo com Marteleto (2001, p. 72) compreende:

[...] um novo paradigma na pesquisa sobre a estrutura social. Para estudar como os comportamentos ou as opiniões dos indivíduos dependem das estruturas nas quais eles se inserem, a unidade de análise não são os atributos individuais (classe, sexo, idade, gênero), mas o conjunto de relações que os indivíduos estabelecem através das suas interações uns com os outros. A estrutura é apreendida concretamente como uma rede de relações e de limitações que pesa sobre as escolhas, as orientações, os comportamentos, as opiniões dos indivíduos (MARTELETO, 2001, p. 72).

Com a adoção de novas posturas e terminologias nos estudos de uso das redes sociais como prática de informação, empreende-se também, nesta investigação, o termo sujeito informacional, a partir de sua postura de ator, envolvido diretamente nas relações dialógicas entre sujeitos, contexto e ambiente, rompendo com o caráter estanque do usuário, alheio ao processo informacional, mero utilizador de serviços (TANUS, 2014).

Quanto à abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa quali-quantitativa. Laville e Dionne (1999, p. 225) explicitam que:

As perspectivas quantitativas e qualitativas não se opõem então e podem até parecer complementares, cada uma ajudando à sua maneira o pesquisador a cumprir sua tarefa, que é a de extrair as significações essenciais da mensagem [...] de espírito mais quantitativo, de análise do discurso manifesto, privilegiando os cálculos de frequência dos termos e expressões usados [...] Também, ao lado das análises estatísticas, um pouco mais aperfeiçoadas, produziram-se abordagens qualitativas em que a lógica dos conteúdos é retardada pelo estudo das próprias unidades de sentido, das relações entre elas e do que delas emana (LAVILLE; DIONNE, 1999, p. 225).

Ao considerar tanto a perspectiva qualitativa quanto a quantitativa, é importante enfatizar que elas se complementam, pois, a partir do estudo quantitativo pode-se gerar questões a serem aprofundadas qualitativamente e vice-versa, deste modo, as relações sociais podem ser analisadas em seus aspectos mais concretos e aprofundadas em seus significados mais essenciais (MINAYO; SANCHES, 1993).

Assim, trata-se de uma pesquisa que, a partir de observação do ambiente informacional digital supramencionado e da realização de 178 questionários, com mulheres, buscou-se traçar o perfil das integrantes do grupo Mulher, me ajuda aqui! do *Facebook*; identificar as necessidades informacionais das integrantes, por meio do tipo de informação mais partilhada.

Para tanto, adota-se como instrumento de coleta de dados, a técnica do questionário, acessado via link disponibilizado no grupo MMAA, criados com o auxílio da ferramenta *Google Forms*, composto de sete perguntas (seis fechadas, sendo quatro de múltipla escolha e duas com dados coletados por meio da escala tipo Likert (1932), entre três a cinco pontos, obtendo-se para cada pergunta, respostas com os possíveis valores: 1 (completamente atendida), 2 (parcialmente atendida), 3 (não fui atendida); ou 1 (completamente satisfeita), 2 (parcialmente satisfeita), 3 (satisfeita), 4 (pouco satisfeita), 5 (insatisfeita); uma questão aberta, por último, solicitando sugestões direcionadas às moderadoras, para melhorar a avaliação das perguntas e respostas realizadas no grupo).

Convém salientar que, o período de recolha dos dados ocorreu entre os dias 16 e 18 de setembro de 2017. Opta-se pela utilização do questionário, devido à rapidez em se obter as opiniões dos sujeitos informacionais, o baixo custo, a possibilidade de atingir, ao mesmo tempo, uma grande população dispersa numa ampla região e por oferecer um maior grau de liberdade e de tempo ao respondente (CUNHA, 1982; 2015).

Por conseguinte, utilizou-se como técnica de análise de dados, a análise de conteúdo dos assuntos mais postados no referido grupo, sistematizados nas categorias: saúde e beleza; relacionamento e família; bens de consumo; cultura, entretenimento e lazer; trabalho e emprego; espiritual; educação; utilidade pública.

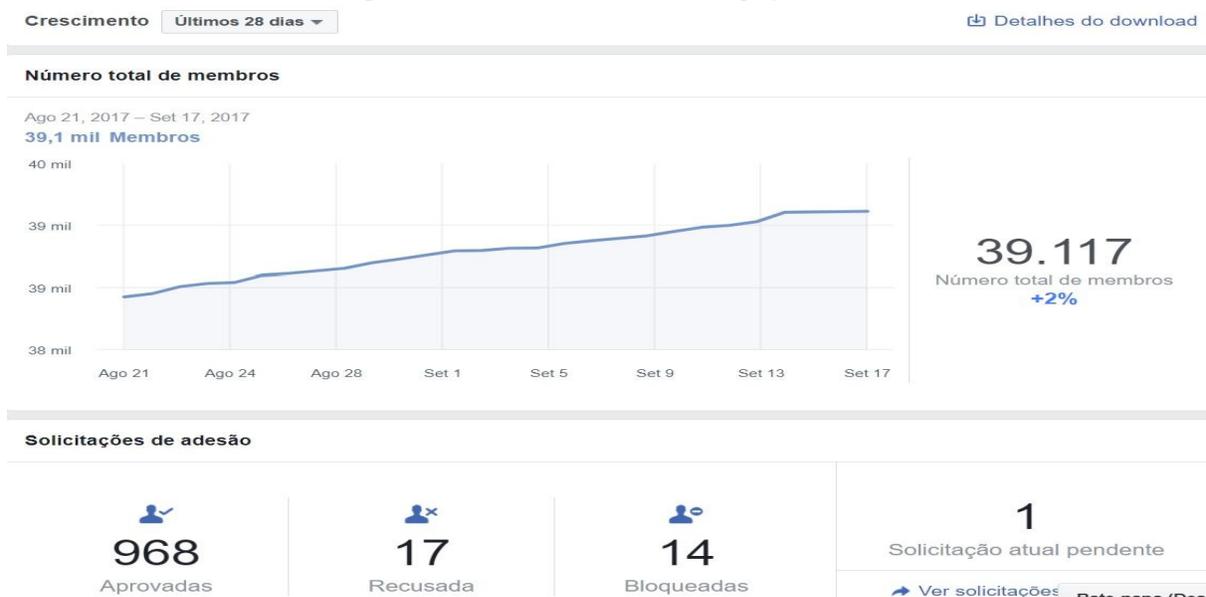
3 Resultados e Discussão

Inicialmente, buscou-se analisar as principais informações das integrantes do grupo Mulher, me ajuda aqui!. Entretanto, é necessário destacar que não será apresentada aqui qualquer dado passível de identificação de alguma integrante do grupo. Na data em que esta pesquisa foi realizada², o grupo contava com exatamente 39.116 membros. Para a aceitação no grupo, a possível integrante passa por uma avaliação da moderação, em que os requisitos principais deveriam ser uma conta com o perfil feminino, com pelo menos um ano de conta ativa ou pelo menos três amigas pertencentes ao grupo. Ele já fora um grupo de categoria “fechada”, ou seja, qualquer pessoa com perfil no *Facebook* poderia solicitar a entrada. Entretanto, por questões de segurança das integrantes e dos assuntos abordados no grupo, ele passou para a categoria “secreta”, ou seja, somente um membro pode adicionar algum amigo.

² Levou-se em consideração para a análise dos resultados o dia em que foi fechado o questionário aplicado às integrantes, em 18 de setembro de 2017.

O grupo no *Facebook* possui um recurso em que é possível visualizar as informações sobre os detalhes de seu crescimento, os tipos de envolvimento dos membros, como publicações, comentários e reações, bem como o próprio perfil das integrantes. Esses dados, disponibilizados pela administração do grupo, e com o período compreendido por 28 dias, serão apresentados e analisados a seguir.

Figura 1 – Dados do crescimento do grupo MMAA



Fonte: Facebook (2017).

É possível observar na Figura 1 que o grupo apresentou durante o período de 28 dias um crescimento exponencial, com a possibilidade de renovação de pessoas, informações, ideias e opiniões. Ainda nesta figura observou-se que foram realizadas 968 aprovações, 17 recusas e 14 bloqueios. A recusa acontece quando uma solicitação de entrada no grupo não atende aos requisitos para aprovação. Já os bloqueios dos membros são para aqueles que não respeitam as regras de participação ou de harmonia dentro do grupo.

Com relação ao envolvimento, apresenta-se a Figura 2:

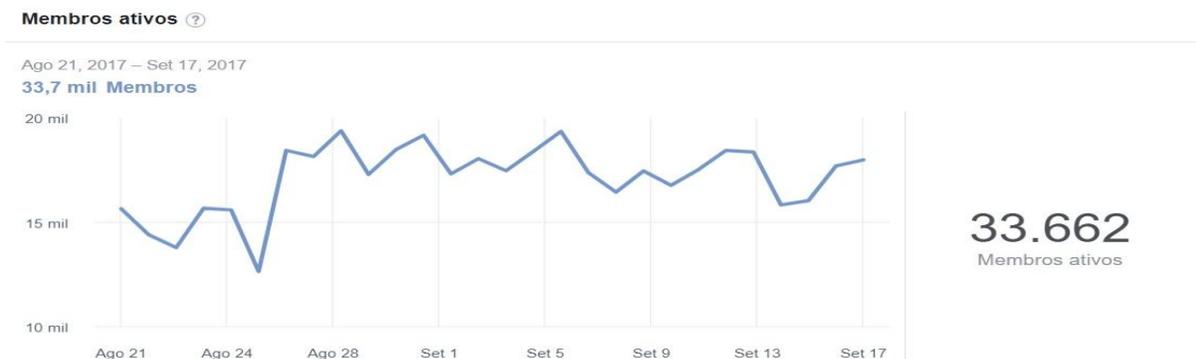
Figura 2 - Envolvimento dos membros



Fonte: Facebook (2017).

Nesta figura o envolvimento é baseado no número de publicações, comentários e reações. A escala é variável, dependendo do período. O maior número é observado nas reações, representadas através de um recurso próprio do *Facebook*, como amor, alegria, espanto, tristeza e raiva. Essas reações dependem dos tipos de publicações e podem ser variadas. Existem publicações, melhor explanadas a seguir, com maior ou menor número de comentários, e dependem também do impacto que podem causar nas integrantes.

Figura 3 - Membros ativos

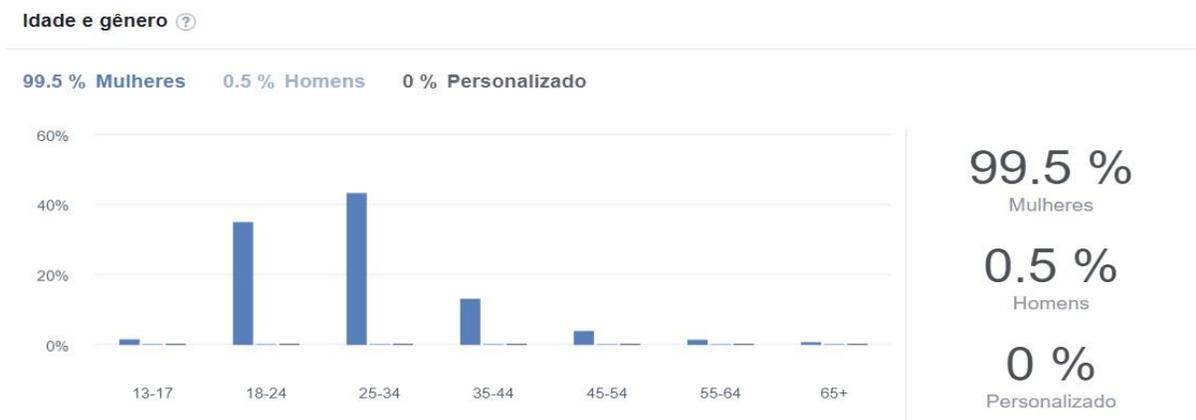


Fonte: Facebook (2017).

Para ser considerado um membro ativo, é necessário ter visualizado, publicado, comentado ou reagido a alguma publicação dentro do período do gráfico apresentado na figura. Para tanto, considera-se este número bastante significativo, já que representa cerca de 86% do grupo. Ainda no envolvimento, é possível também verificar que os dias mais populares são quinta-feira, sexta-feira e sábado, e os horários mais populares são compreendidos entre 17h e 0h. O *Facebook* também disponibiliza as dez publicações mais relevantes do grupo nesse período, entretanto não será apresentada aqui pois identifica as integrantes.

Nos detalhes das informações dos membros, é disponibilizada também uma lista com as dez integrantes que mais colaboram, tanto com perguntas, como também com comentários. Essa lista também não é possível disponibilizar aqui devido à identificação daquelas.

Figura 4 - Idade e gênero



Fonte: Facebook (2017).

O *Facebook* apresenta apenas em porcentagem as informações de idade e gênero das integrantes. Conforme as regras para inclusão no grupo, somente pessoas do sexo feminino podem ser aceitas, ainda que tenha sua identidade de gênero Mulher ou Homem. Portanto, 0,5%, cerca de 195 integrantes, se identificam com o gênero Homem em seu perfil. Em relação à idade, 1,6% têm entre 13 e 17 anos, 35,3% têm entre 18 e 24 anos, 43,6% entre 25 e 34 anos, 13,3% entre 35 e 44

anos, 4% entre 45 e 54 anos, 1,5% entre 55 e 64 anos, e 0,8% das integrantes possuem mais de 65 anos. Não há perfil com gênero “personalizado”.

Figura 5 - Localidade

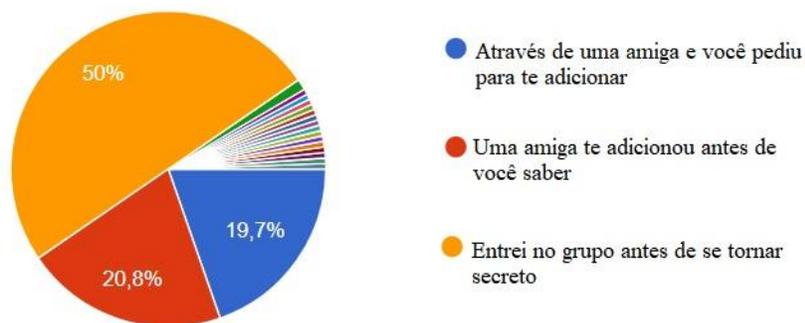
Principais países		Principais cidades	
Brasil	38.630	Fortaleza, CE	30.407
Estados Unidos	70	Tabapuá, Ceará	771
Itália	55	Maracanaú, Ceará	541
Portugal	54	São Paulo, SP	422
França	35	Rio de Janeiro, RJ	302
Canadá	25	Caucaia, Ceará	300
Alemanha	25	Eusébio, Ceará	167
Holanda	23	Maranguape, Ceará	156
Espanha	20	Pacatuba, Ceará	156
Noruega	18	Recife, PE	118

Fonte: Facebook (2017).

Em relação à localidade, as integrantes concentram-se em sua totalidade na cidade de Fortaleza, capital do estado do Ceará, cerca de 78%, devido ao grupo ter sido criado por uma moderadora de Fortaleza, de acordo com a Figura 5.

Conforme foi apresentado nos procedimentos metodológicos, o questionário foi desenvolvido com a ferramenta *Google Forms* para facilitar a aplicação, visto que os sujeitos informacionais da pesquisa são pessoas que possuem perfis do *Facebook*. O questionário ficou aberto para o recebimento de respostas durante 48 horas, tempo suficiente para ser respondido por 178 pessoas, uma amostra de 0,45% do total de membros do grupo. Das sete perguntas, cinco eram fechadas e obrigatórias, uma era fechada, mas não-obrigatória e uma era aberta e não-obrigatória.

Figura 6 - Como ficou sabendo do grupo



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

As respostas principais da primeira pergunta são possíveis observar na Figura 6. Foram apresentadas quatro opções de respostas, sendo uma delas com a opção “outros”. Do total de respondentes, 90,5% marcaram uma das opções

apresentadas, e 9,5% marcaram a opção “outros”, englobando as alternativas já dispostas na pergunta, sugerindo que houve pouco erro na compreensão das respostas. Assim, 50% (89 respondentes) entraram no grupo antes dele se tornar secreto, 20,8% (37 respondentes) ficaram sabendo do grupo apenas quando uma amiga a adicionou, 19,7% (35 respondentes) souberam do grupo antes de serem adicionadas. As demais respondentes, ao todo 17, apresentaram o seguinte: “não lembro”, “achei aleatoriamente”, “me indicaram dentro de outro grupo”, “apareceu no face para curtir”, “indicação em um comentário aleatório”. Algumas destas respostas foram repetidas.

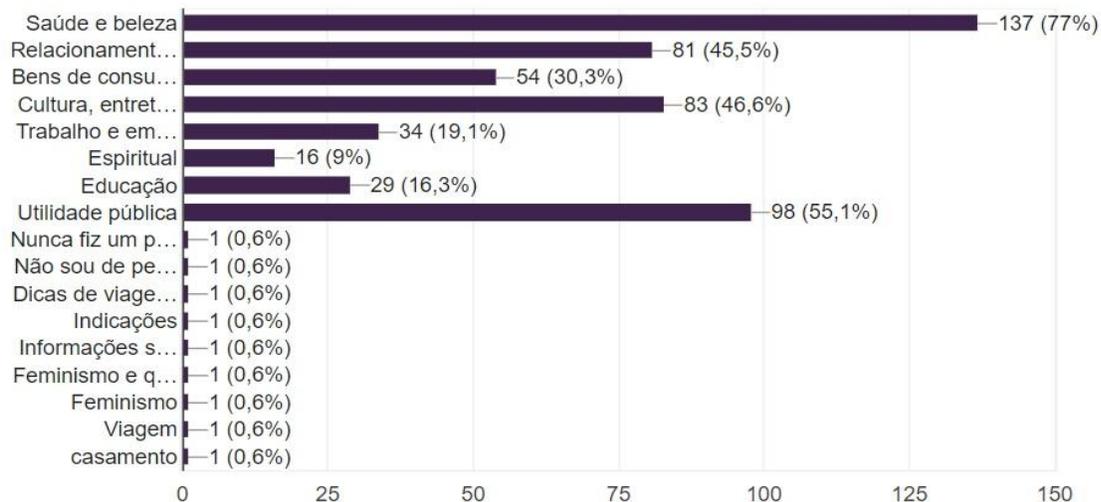
Figura 7 - Como utiliza o grupo



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Na Figura 7 são apresentadas as respostas sobre o modo de utilização do grupo. Do total, 95,5% das respondentes marcaram uma das quatro opções com respostas disponíveis, e 0,5 marcaram a opção “outros”, também englobando as alternativas já dispostas na pergunta, sugerindo que houve pouco erro na compreensão das respostas. Dessa forma, 33,7% (60 respondentes) marcaram que utilizam o grupo apenas para ler as perguntas e respostas, 34,8% (62 respondentes) utilizam o grupo tanto para perguntar como para responder, 27% (48 respondentes) na maioria das vezes utiliza o grupo para responder, apenas 1,7% (3 respondentes) preferem na maioria das vezes perguntar. As demais, ao todo cinco, englobam as seguintes respostas: “sempre leio as postagens, mas só respondo quando tenho algo a acrescentar”, “quando tenho alguma dúvida”, “algumas vezes para ler e quando posso ajudar para responder”, “já respondi algumas vezes, mas na maioria das vezes só leio”, “ler e ver algumas respostas que me interessam”.

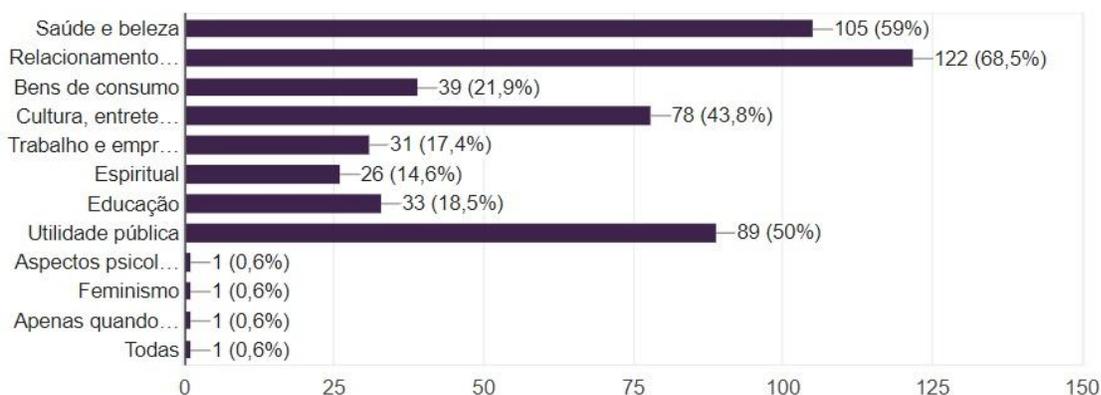
Para as duas perguntas seguintes, foram escolhidas oito categorias de respostas para saber quais tipos de informação que mais despertavam o interesse da respondente em realizar ou de responder perguntas no grupo. Dessa forma, as respondentes poderiam marcar mais de uma opção. As categorias foram: “saúde e beleza”, “relacionamento e família”, “bens de consumo”, “cultura, entretenimento e lazer”, “trabalho e emprego”, “espiritual”, “educação” e “utilidade pública”, além de uma opção “outros”. Essas categorias foram determinadas de acordo com os tipos de perguntas com maior frequência dentro do grupo.

Figura 8 - Tipo de informação mais perguntada

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

É possível observar na Figura 8 que a categoria de perguntas com maior interesse das respondentes é “saúde e beleza”, com 137 marcações, 77%. Desta forma, pode-se inferir que o grupo possui mais perguntas desta categoria. Com 98 marcações, 55,5%, a categoria “utilidade pública” é o segundo assunto de maior interesse das respondentes. Em terceiro, o assunto mais recorrente nas perguntas é “cultura, entretenimento e lazer”, com 83 marcações, 46,6%. A quarta categoria de maior interesse, com 81 marcações, cerca de 45,5%, é sobre “relacionamento e família”. Já com 54 marcações, 30,3% do total, em quinto lugar está o interesse em perguntar sobre “bens de consumo”. Em sexta posição, com 34 marcações, 19,1%, o interesse encontra-se em perguntar sobre “trabalho e emprego”. “Educação” foi a categoria em sétimo lugar, com 29 marcações, ou 16,3%. A categoria de menor questionamento foi sobre assuntos relacionados ao “espiritual”, com apenas 16 marcações, ou seja, 9% do total.

Nessa pergunta acrescentou-se também a opção “outros”. Conforme é possível visualizar, duas pessoas apontaram que “nunca fizeram uma pergunta”, e duas pessoas apontaram que perguntam sobre “feminismo” e “feminismo e questão de gênero”. Duas pessoas indicaram “dicas de viagem”, que estaria enquadrada na categoria “cultura, entretenimento e lazer”. Outra pessoa escreveu “indicações”, que pode englobar alguma das categorias mais votadas. Por fim, uma delas também apontou “informações sobre médicos”, que também pode se enquadrar na categoria “saúde e beleza”.

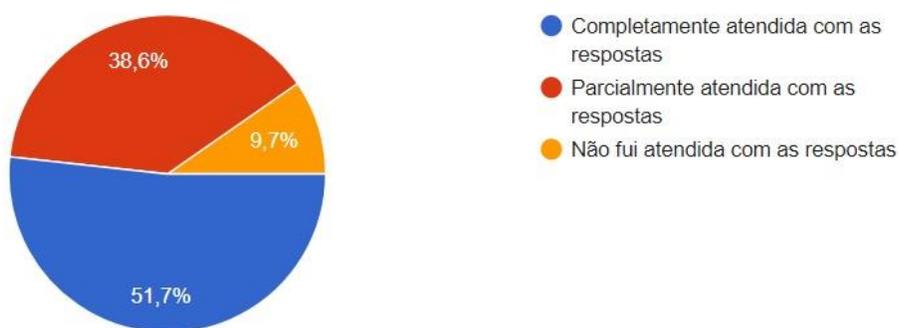
Figura 9 - Tipo de informação mais partilhada através de respostas

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Diferentemente da categoria mais votada sobre perguntas, “relacionamento e família” é o assunto que mais desperta interesse em responder, com 122 marcações, 68,5% da totalidade. Em segundo lugar, a categoria que obteve mais respostas foi “saúde e beleza”, com 105 votos, 59% do total. Com 89 marcações, 50%, em terceiro lugar a categoria de maior interesse é responder sobre “utilidade pública”. A quarta posição é a categoria “cultura, entretenimento e lazer”, com 78 votos, 43,8% do total. Já a categoria “bens de consumo” ficou em quinta posição, com 39 marcações, ou 21,9%. Com 33 marcações, 18,55 do total, “educação” ficou na sexta posição de categoria que as respondentes mais respondem. Em sétimo lugar, com 31 marcações, 17,4%, as respondentes preferem responder sobre “trabalho e emprego”. A última categoria mais votada envolve o tema “espiritual”, com 26 votos, 14,6% da totalidade.

As categorias de respostas acrescentadas na opção “outros” foram “aspectos psicológicos” e “feminismo”. As outras duas opções foram “apenas quando tenho a informação e considero relevante” e “todas”.

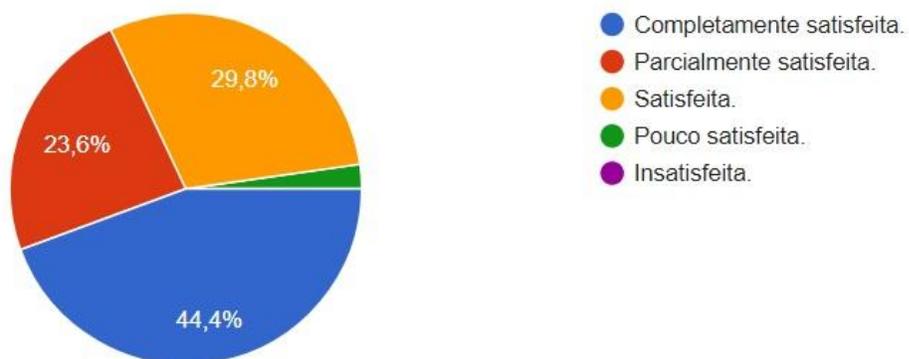
Figura 10 - Nível de atendimento da pergunta



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Foi questionado também sobre o nível de atendimento de alguma pergunta que a respondente já tenha realizado. Era esperado que nem todas as respondentes já teriam feito uma pergunta, então a questão da Figura 10 não era obrigatória. Assim, 145 pessoas, 81,5% do total, responderam a questão. Posto isto, 51,7%, ou seja, 75 respondentes se sentiram completamente atendidas com as respostas, 38,6%, ou seja, 56 consideraram que foram parcialmente atendidas com as respostas, e 9,7%, ou seja, 14 não foram atendidas com as respostas. Portanto, considerou-se esse resultado parcialmente satisfatório, pois desse total, quase 10% não lograram êxito em uma pergunta realizada.

Figura 11 – Grau de satisfação sobre a aprovação das perguntas



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Para que uma pergunta seja aprovada, ocorre-se, primeiramente, uma análise da moderação. Desta forma, foi avaliado no questionário sobre o grau de satisfação, com a escala tipo Likert (1932), das perguntas que a moderação aprova. Com 79 votos, 44,4% do total, as respondentes sentem-se completamente satisfeitas com a análise da moderação. A opção

parcialmente satisfeita foi marcada por 42 respondentes, 23,6% do total. Já 53, ou 29,8%, sentem-se apenas satisfeitas. Apenas 4, 2,2% do total estão pouco satisfeitas com a avaliação da moderação. Para a opção insatisfeita não houve resposta.

Solicitou-se na última questão que as respondentes dessem sugestões de que maneira a moderação poderia melhorar no tocante à avaliação das perguntas e respostas realizadas no grupo. A pergunta era aberta e não-obrigatória, assim, foram apontadas 32 respostas. Serão apresentadas a seguir as sugestões mais construtivas e relevantes.

A “falta de bom senso”, “acho que está de boa. O lance é não liberar perguntas preconceituosas, primando pelo respeito. Liberdade de expressão serve para agregar. Se vai só denegrir, melhor nem liberar o *post*” e “o grupo é um espaço saudável, e espero que fique cada vez mais com alguns banimentos de membros. Afinal tem algumas meninas que geram briga por respostas violentas” foram itens abordados. Esta é uma questão bastante delicada, visto a falta de respeito que algumas integrantes demonstram umas com as outras. Para este problema, a moderação exclui a integrante que tenha causado alguma ofensa à colega do grupo, e dependendo da situação, a publicação em que a ofensa foi gerada.

Mais duas respostas foram “acredito que todos os posts relacionados a indicação de medicamentos sejam eles ac³, ou qualquer outro deveriam ser reprovados” e “deveria proibir indicações de remédios e gente querendo consulta médica *online*”. Muitas mulheres perguntam sobre sintomas e reações de determinados medicamentos, principalmente de anticoncepcionais (ac), porém a moderação tem o cuidado de não aceitar perguntas sobre indicação de remédios de qualquer natureza, até porque isso deve ser feito pelo profissional competente. Porém, indicações de médicos de qualquer área são sempre aceitas.

Houve também uma sugestão sobre a localização da pergunta da publicação: “sempre citar de onde as mulheres querem indicação, por exemplo, já que o grupo é nacional e não só de Fortaleza”. Mais um posicionamento a ser avaliado, pois, como apresentado anteriormente, cerca de 78% do total são de Fortaleza, Ceará.

Muitas também solicitaram o retorno de um perfil anônimo no grupo, que era utilizado para a realização de perguntas anônimas. As sugestões foram: “voltar com o perfil anônimo”, “um perfil anônimo para fazermos perguntas, hoje não tem mais e faz falta viu?”, “voltar com o perfil para perguntas anônimas. Algumas podem se sentir mal com certas questões”.

Finalmente, também foram apresentadas questões sobre a filtragem de perguntas, ou perguntas repetidas, e tempo de aprovação, como “filtrar as dúvidas que já podem ter sido respondidas com uma pesquisa no próprio grupo”, “são muitas perguntas repetidas”, “agilizar a aprovação (ou não) das perguntas, filtrando melhor a importância das mesmas” e “frisar que as pessoas podem procurar assuntos utilizando a lupa do grupo”.

4 Considerações Finais

Pondera-se que os objetivos da pesquisa foram alcançados, pois, *a priori*, foi possível traçar o perfil das integrantes do grupo estudado, em maior número, de gênero feminino, idade entre 25 a 34 anos, residentes na cidade de Fortaleza (CE) e, *a posteriori*, identificou-se as necessidades informacionais das integrantes, em grande maioria, relacionadas à saúde e à beleza, sendo que também demonstraram-se satisfeitas e atendidas quanto às suas respectivas necessidades informacionais.

Por fim, considera-se pertinente a aplicação dos estudos de usuários no âmbito do paradigma social, e, conseqüentemente, das práticas informacionais, visando à interlocução entre o sujeito e a informação, inseridos em um contexto social e cultural, como exemplo, no campo empírico da rede social em questão.

REFERÊNCIAS

CUNHA, Murilo Bastos da. Coleta de dados para o estudo de usuários. In: _____. **Manual de estudo de usuários da informação**. São Paulo: Atlas, 2015. p. 193-298.

³ Abreviação utilizada pelas integrantes do grupo para anticoncepcional.

- _____. Metodologias para estudo dos usuários de informação científica e tecnológica. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 10, n. 2, p. 5-19, jul./dez. 1982. Disponível em: <http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/CUNHA_1982.pdf>. Acesso em: 16 set. 2017.
- FACEBOOK. **Facebook Statistics**. [Fortaleza], 2017. Disponível em: <http://facebook.com/press/info.php?statistics> Acesso em: 18 set. 2017.
- LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed, 1999.
- LIKERT, Rensis. A Technique for the measurement of attitudes. **Archives of Psychology**, New York, v. 22, n. 140, p. 5-55, June 1932. Disponível em: <https://legacy.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf> Acesso em: 16 set. 2017.
- MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1.pdf> Acesso em: 16 set. 2017.
- _____. Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 27-46, jan./dez. 2010. Disponível em: <http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/26> Acesso em: 16 set. 2017.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza; SANCHES, Odécio. Quantitativo-Qualitativo: oposição ou complementaridade? **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 239-262, jul./set. 1993. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/especializacaofisio/files/2010/03/Quantitativo-qualitativo-oposi%C3%A7%C3%A3o-ou-complementaridade1.pdf>> Acesso em: 16 set. 2017.
- TANUS, Gabrielle Francinne de Souza Carvalho. Enlace entre os estudos de usuários e os paradigmas da Ciência da Informação: de usuário a sujeitos pós-modernos. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**. São Paulo, v. 10, n. 2, p. 144-173, jul./dez. 2014. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/viewFile/290/384> Acesso em: 22 set. 2017.
- TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652005000200010&lng=en&nrm=iso&tlng=pt Acesso em: 21 set. 2017.

Dados dos autores

Rebecca Maria de Freitas Sousa Oliveira

Mestranda em Biblioteconomia, pela Universidade Federal do Cariri (UFCA). Especialização em Pesquisa Científica, pela Universidade Estadual do Ceará (UECE). Graduada em Biblioteconomia, pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Assistente em Administração da UFC, atuando na Coordenação do Curso de Gestão de Políticas Públicas.

rebeccamfs@gmail.com

Link para o Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6413597465672931>

Ana Rafaela Sales de Araújo

Mestranda em Biblioteconomia, pela Universidade Federal do Cariri (UFCA). Especialização em Gestão Pública, pela Universidade da Integração Internacional da Lusofonia-Afrobrasileira (UNILAB). Graduada em Biblioteconomia, pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Bibliotecária Documentalista da UFC.

anarafaela@alu.ufc.br

Link para o Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8830081728402313>

Midinai Gomes Bezerra

Mestranda em Biblioteconomia, pela Universidade Federal do Cariri (UFCA). Especialização em Biblioteconomia, pela Faculdade Internacional Signorelli (FISIG). Graduada em Biblioteconomia, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Bibliotecária Documentalista da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

midnaygomes@gmail.com

Link para o Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9087680227377158>

Jonathas Luiz Carvalho Silva

Professor Adjunto do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Cariri (UFCA); Doutor em Ciência da Informação, pela Universidade Federal da Bahia (UFBA); Mestre em Ciência da Informação, pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB); Bacharel em Biblioteconomia, pela Universidade Federal do Ceará (UFC).

jonathascarvalhos@yahoo.com.br

Link para o Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2376636144965734>



Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Mestrado Profissional em Biblioteconomia

Este periódico é uma publicação do Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia da [Universidade Federal do Cariri](http://www.ufca.edu.br) em formato digital e periodicidade semestral.