

USO DE REDES SOCIAIS NO CONTEXTO PROFISSIONAL

RAPHAEL DONAIRE ALBINO

USP - Universidade de São Paulo
raphaelalbino@usp.br

LEANDRO RODRIGUES GONÇALVES

USP - Universidade de São Paulo
lrgonc@usp.br

FLAVIO DESTRI LOBO

USP - Universidade de São Paulo
flaviodlobo@gmail.com

DANIELA BUZZULINI PRIOSTE

USP - Universidade de São Paulo
danielaprioste@usp.br

USO DE REDES SOCIAIS NO CONTEXTO PROFISSIONAL

1. Introdução

Estamos em um momento em que nossas vidas são influenciadas pelo uso da tecnologia da informação e pela interação em redes. Estar presente em uma rede social digital pode ser um fator determinante para o sucesso em diversas áreas.

Os motivos que originaram a criação das redes sociais não são mais os mesmos que as mantêm hoje em dia. O Facebook, por exemplo, foi criado em 2004 por Mark Zuckerberg, um estudante de Harvard que tinha como objetivo identificar as pessoas nas demais residências estudantis do campus da universidade (Moyle apud Ellison et al, 2006).

As interações sociais estenderam a possibilidade de modelar identidades de indivíduos online da forma como eles querem ser vistos e isso aumentou a diferença entre as pessoas “offline” e “online” (Hull, Lipford & Latulipe apud Sjöberg, 2012).

Segundo pesquisa da “Digital Life” conduzida em 60 países com 72 mil entrevistados, as pessoas usam as redes sociais porque elas possibilitam manter seus contatos anteriores, expandir seu *network*, aproximar-se de outras pessoas e transmitir notícias de eventos e de noticiários.

2. Problema de pesquisa e Objetivo

Este estudo procura responder à pergunta “Quais os motivos que levam os alunos de pós-graduação a utilizar as redes sociais?”.

Como objetivos buscou-se:

1. Examinar o grau de uso das redes sociais, particularmente o LinkedIn;
2. Examinar o grau de uso da plataforma Lattes pelos alunos de pós-graduação;
3. Identificar o grau de conhecimento da relevância da plataforma Lattes na avaliação CAPES dos cursos de pós-graduação e;
4. Hierarquizar as redes sociais pela frequência de uso.

Esta pesquisa é um estudo exploratório. A metodologia adotada foi de uma pesquisa quantitativa não experimental, utilizando-se como ferramenta de coleta de dados um questionário online, sendo a pesquisa realizada em junho de 2013 entre os alunos do Programa de Pós-Graduação em Administração da FEA USP.

3. Revisão bibliográfica

Essa seção apresenta os conceitos relacionados a redes sociais; redes de colaboração científica; Plataforma Lattes; alunos de pós-graduação; e realiza um breve descritivo da contribuição desta pesquisa.

Redes Sociais

Costa et al (2003) atestam que a rede “é uma forma de organização caracterizada fundamentalmente pela sua horizontalidade, isto é, pelo modo de inter-relacionar os elementos sem hierarquia”.

Segundo Cardozo (2009), redes sociais representam um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados. A questão central das redes sociais é a valorização dos elos informais e das relações, em detrimento das estruturas hierárquicas.

Marteletto (2010) traz uma visão mais recente de rede citando que nas Ciências Sociais, o termo rede, no singular ou no plural, associa-se ao adjetivo “social” para especificar o campo, mas sem delimitar uma disciplina específica, uma vez que é empregado pela Antropologia, Sociologia, Economia, Ciências Políticas, Ciência(s) da Informação, Ciências da Comunicação, entre outras. Em linhas gerais, os estudos de redes sociais permitiram a

construção de uma compreensão inovadora da sociedade, que ultrapassa os princípios tradicionais, nos quais o elo social é visto como algo que se estabelece em função dos papéis instituídos e das funções que lhes correspondem. De forma diferente, o conceito de redes sociais leva a uma compreensão da sociedade a partir dos vínculos relacionais entre os indivíduos, os quais reforçariam suas capacidades de atuação, compartilhamento, aprendizagem, captação de recursos e mobilização.

Recentemente os autores iniciaram uma discussão sobre as redes sociais virtuais que, segundo Lipsman (2007), são um fenômeno de proporções gigantescas que acontece em escala global. Segundo o portal eBiz (2013) o Facebook, o Twitter e o LinkedIn, são as plataformas virtuais mais populares. É estimado que até 2015, o número de indivíduos e empresas que possuirão contas nas redes sociais virtuais ultrapassará 03 (três) bilhões (Radicati, 2011). No Brasil, sessenta e nove por cento das pessoas que são usuários de internet utilizam as redes sociais virtuais para se comunicar (CETIC, 2011).

Na academia, o tema vem sendo estudado no âmbito das Ciências da Informação. As primeiras pesquisas sobre comunicações mediadas por computador surgiram no início dos anos 1990, ainda na era pré-Internet. Herring (1993) estudou a presença de homens e mulheres em duas redes acadêmicas, bem como a relação entre gênero e participação em discussões. A pesquisadora observou que um pequeno grupo de homens tendiam a dominar as discussões, tanto em quantidade de postagens quanto no uso de intimidação retórica. A conclusão de Herring (1993) foi que o uso do computador nas comunicações não era fator suficiente para garantir a democracia de gênero.

No final dos anos 1990, pesquisas versaram sobre o impacto da tecnologia na vida de adolescentes. Neste contexto, foram realizados questionários e entrevistas com pais, que apresentavam discussões desde como as tecnologias socialmente interativas (TSI) poderiam ajudar adolescentes com dificuldade de interação social ou depressão, até em como essas tecnologias poderiam incentivar tais comportamentos negativos (TUROW, 1999 apud BRYANT et al 2006).

A seguir, a partir de 2000, pesquisas preocuparam-se em descrever o usuário da tecnologia. Quem é este usuário e quais são os motivos que o levam a usar as TSI? Diversos métodos foram empregados para responder a essas questões, desde entrevistas em profundidade com pequenos grupos até questionários que focavam em dados básicos dos usuários (BRYANT et al 2006).

Segundo Bryant e colaboradores (2006), as principais descobertas dessas pesquisas foram que os jovens usam as TSIs como forma de ampliar suas comunicações com amigos e família, fazer planos, e manter contatos sociais fora de seu dia-a-dia. O segundo achado, ainda segundo os autores, foi que as TSIs foram rapidamente adotadas por serem mais convenientes, mais baratas e mais rápidas do que as tecnologias tradicionais. Terceiro, a possibilidade de interagir com pessoas fora de seus contatos diários é um estímulo ao uso das TSIs. Por fim, as pesquisas observaram que, apesar de o uso das TSIs ter ultrapassado o do e-mail, os jovens ainda tendem a manter conversas importantes e profundas em ambiente off-line.

No início dos anos 2000, as pesquisas começaram a observar o fenômeno de capital social aplicado às TSIs. As redes sociais modernas diferem das tecnologias anteriores de interação social à medida que a importância de conhecer pessoas novas on-line diminuiu, enquanto que cresceu o objetivo de estreitar laços com contatos provenientes do ambiente off-line (PFEIL et al, 2009). O que essas pesquisas encontraram, segundo o trabalho de Pfeil e colaboradores (2009) foram que as redes sociais não aumentavam o número de vínculos fortes com outras pessoas, mas sim ajudavam a manter aqueles vínculos fracos, que sem as redes sociais, provavelmente se perderiam.

Há uma vasta literatura estudando diferentes pontos de vista para o grau de uso das redes sociais. Pfeil e colaboradores (2009) fizeram um estudo sobre a relação entre idade e uso de

diferentes redes sociais. Os autores, no entanto, não aplicaram questionário. Eles identificaram perfis e usaram uma ferramenta eletrônica para analisar o conteúdo.

Já Hew e Cheung (2012) avaliaram a experiência de uso do Facebook por estudantes de Singapura. Os autores definiram uso como uma função de motivo, configurações de privacidade e tipos de amigos. Eles aplicaram uma entrevista estruturada por e-mail para identificar esses fatores para 83 estudantes. No entanto, diferentemente do presente trabalho, os autores fizeram uma pesquisa qualitativa.

Ellison et al (2006) estudaram o uso da rede social Facebook entre 250 estudantes de graduação da Universidade do Estado de Michigan, EUA. Os autores definem o uso da rede social por meio de três medidas: (a) Intensidade de uso; (b) Tipos de uso; e (c) Massa crítica percebida.

Segundo os autores, Intensidade de uso é uma medida de quão envolvido o usuário está com a rede social. Esta medida está baseada em três fatores: número de “amigos” (conexões), tempo em horas gasto na rede social, e sentimento em relação ao uso da rede. O número de amigos foi medido em uma pergunta direta: “Você possui cerca de quantos amigos no Facebook?”. O tempo de uso foi obtido questionando-se os participantes da Survey o número de horas que eles gastaram no Facebook ao longo da última semana. Já o sentimento em relação ao uso foi medido em uma escala LIKERT de 05 (cinco) pontos, medindo o grau de concordância com as seguintes afirmações: “Facebook é parte das minhas atividades diárias”; “Tenho orgulho de dizer que estou no Facebook”; “Facebook se tornou parte da minha rotina diária”; “Sinto-me distante quando não entro no Facebook por um tempo”; “Sinto-me parte da comunidade do Facebook”; e “Sentiria se o Facebook fosse desligado”. As respostas são, então, normalizadas e a média é calculada para a criação de uma escala de Intensidade de Uso (ELLISON et al, 2006).

Ellison et al (2006) consideram dois tipos possíveis de uso das redes sociais: busca de informações e uso orientado ao entretenimento. Além disso, o trabalho avaliou se esse uso é proveniente de interações off-line ou busca de novas interações online. Por exemplo, se alguma interação fora da rede social levou o usuário a acessar a rede (indicação de amigos) ou se esse acesso se dá para formar novas conexões exclusivamente on-line. Para medir as duas primeiras categorias (busca de informações e uso orientado ao entretenimento), questionou-se, também utilizando uma escala de 05 (cinco) pontos, sobre o uso da rede social para “ocupar tempo livre” e “descobrir eventos, tendências, música ou conseguir outro tipo de informação”. Para verificar a interface dos ambientes on-line e off-line, foi questionado se os usuários acessam a rede social para descobrir mais sobre “pessoas que eu conheço socialmente”, “outras pessoas de meu convívio”, “pessoas que moram perto de mim”, ou “manter contato com velhos amigos”. Também foi perguntado, em uma questão binária (sim ou não), se a rede social era usada para conhecer pessoas novas.

Por fim, Ellison et al (2006) define como Massa crítica percebida o quanto o uso das redes sociais são influenciadas por amigos que também as utilizam. Os pesquisadores avaliaram se os entrevistados sentiam que seus amigos também estavam utilizando a rede social. Essa medida foi adaptada do trabalho de Ilie et al (2005), que estudou a difusão de inovações. As respostas também foram medidas em uma escala de 05 (cinco) pontos. As afirmações eram: “Muitas pessoas com quem eu me comunico usam Facebook”; “As pessoas com quem eu me comunico vão continuar a usar o Facebook no futuro”; e “Das pessoas com quem eu me comunico frequentemente, muitas usam Facebook”.

Mais recentemente, a literatura preocupa-se em avaliar como os usuários administram sua privacidade nas redes sociais, além de aprofundar o estudo acerca dos motivos de uso das redes.

Hew & Cheung (2012) fizeram um estudo sobre a experiência de estudantes de Singapura no uso da rede social Facebook. Dados coletados mostram que os usuários usam a rede

principalmente para fins não acadêmicos. Seguindo os resultados da literatura, a rede mostrou-se um meio para manter relacionamentos com amigos já conhecidos no mundo off-line. Além disso, os respondentes relataram usar o Facebook para entretenimento e para expressar emoções. Nenhum respondente, no entanto, reportou usar a rede para fins educacionais. Os autores levantaram, também, que a maioria dos entrevistados gerencia sua privacidade aumentando o nível de restrição das informações presentes em seus perfis.

Os motivos que levam as pessoas a usarem as redes sociais também já foram bastante estudados na literatura. Hew & Cheung (2012) apontam principalmente os seguintes pontos: manter relacionamentos existentes off-line, conhecer pessoas novas, ocupar tempo livre, expressar-se, aprendizado e ativismo estudantil.

Traços transculturais também foram abordados na literatura recente. Cho & Park (2012) compararam usuários de redes sociais na Coreia e nos EUA. O estudo usou a metodologia de entrevistas semi-estruturadas para verificar o comportamento dos usuários em redes sociais, bem como suas preocupações com privacidade. O estudo revelou diferenças no número de amigos que cada cultura costuma manter, os coreanos mantendo um número menor de conexões que os norte-americanos. Ambas as culturas concordam em não querer “estranhos” entre seus amigos, dando preferência a pessoas conhecidas. Usuários norte-americanos tendem a ter perfis mais completos, com maior número de informação tornada pública que os coreanos.

Redes de colaboração científica

Balancieri e colaboradores (2005) observaram as redes de colaboração científica sob a ótica da tecnologia da informação, classificando-as como um tipo particular de redes sociais. No trabalho, os autores fazem uma revisão da literatura para identificar a evolução desse tipo de rede.

Nas redes de colaboração científica, o principal indicador da existência de conexões entre os cientistas é a publicação de artigos em co-autoria. Smith (1958) foi o primeiro a sugerir essa métrica para identificar redes de colaboração entre cientistas e universidades.

Price (1963) testou empiricamente as afirmações de Smith (1958) e forneceu dados que evidenciaram o aumento de co-autorias na ciência. Milgram (1967), então, formula o “problema do mundo pequeno”, no qual afirma que cada participante (ator) em uma rede, independentemente de seu tamanho e densidade, pode entrar em contato com outro autor com apenas seis passos, em média. Esse problema ficou conhecido como os “seis passos de separação”.

No período pré-web, Katz (1994) mostrou que os trabalhos em coautoria decresciam conforme aumentava a distância geográfica. Em 1995, Katz demonstrou que as colaborações também eram motivadas pela necessidade de compartilhamento de recursos de pesquisa, como máquinas e equipamentos.

Em 1997, Katz e Martin mostraram que trabalhos teóricos tendem a ter menos trabalho colaborativo que os trabalhos experimentais. A experimentação, portanto, é um fator motivador de colaboração científica.

Balancieri et al (2005) notam que, a partir de 1990, as pesquisas confirmaram a hipótese de que trabalhos colaborativos têm maior fator de impacto. A pesquisa na área passou a tentar entender, então, outros fatores que influenciavam o trabalho em coautoria. Os autores fazem uma leitura das redes da Plataforma Lattes nesse contexto de pesquisa em redes sociais, demonstrando a capacidade da plataforma de analisar redes de colaboração e identificar esses trabalhos colaborativos.

Plataforma Lattes

A Plataforma Lattes tornou-se um padrão nacional no registro da vida dos estudantes e pesquisadores do país, e é hoje adotado pela maioria das instituições de fomento, universidades e institutos de pesquisa do Brasil.

A disponibilização pública dos dados da Plataforma na internet dá maior transparência e mais confiabilidade às atividades de fomento do CNPq e das agências que a utilizam, fortalecem o intercâmbio entre pesquisadores e instituições e é fonte inesgotável de informações para estudos e pesquisas.

Suas informações são recorrentes e cumulativas e, portanto, têm o importante papel de preservar a memória da atividade de pesquisa no país.

A plataforma Lattes também é importante em um dos quesitos de avaliação da Capes para os cursos de pós-graduação em administração, contabilidade e turismo. O quesito é o II, Corpo Docente, com peso de 30% que, por sua vez, é subdividido em 06 (seis) itens de avaliação.

O item 06 (seis) “Participação dos docentes em pesquisa e desenvolvimento de projetos” com peso de 20% considera que o programa avaliado deve ter no mínimo um grupo de pesquisa, no caso de mestrado e dois, no caso de doutorado, registrados na Plataforma Lattes do CNPq. Cada professor do corpo docente permanente deve ser responsável pela coordenação de pelo menos um projeto de pesquisa.

Alunos de pós-graduação

Pós-graduação é um sistema especial de cursos exigido pelas condições da pesquisa científica e pelas necessidades do treinamento avançado. Seu objetivo imediato é proporcionar ao estudante aprofundamento do saber que lhe permita alcançar elevado padrão de competência científica ou técnico-profissional, impossível de se adquirir no âmbito da graduação.

Para além destes interesses práticos imediatos, a pós-graduação tem por fim oferecer, dentro da universidade, o ambiente e os recursos necessários para que se realize a livre investigação científica na qual possa afirmar-se a criação nas mais altas formas da cultura universitária.

Pesquisa

Nossa pesquisa, portanto, é uma contribuição à linha de pesquisadores que estudaram as interações das pessoas por meio do computador. Podemos considerar que as primeiras formas de interação via computador eram acadêmicas, e promoviam o debate científico, conforme mostra a pesquisa de Herring (1993). Dessa forma, a Plataforma Lattes se torna apenas um ramo de uma longa linhagem de "redes sociais", cujos representantes basais foram estabelecidos para uso acadêmico. O LinkedIn, também, como representante desse novo paradigma de redes sociais que utilizam abertamente o capital social de seus usuários, torna-se outro ramo da mesma árvore genealógica, que evoluiu adquirindo características distintas. Tal segmentação pode ser definida, pois mesmo contendo características semelhantes, tais redes possuem propósitos distintos.

O Lattes visa à colaboração científica que pode ser um empreendimento cooperativo que envolve metas comuns, esforço coordenado e resultados ou produtos (trabalhos científicos) com responsabilidade e mérito compartilhados. Assim, a colaboração científica oferece uma fonte de apoio para melhorar o resultado e maximizar o potencial da produção científica (WEISZ; ROCO, 1996).

O LinkedIn visa à colaboração no contexto do mundo dos negócios, isto é, segundo Lloyd (2009), tal tipo de serviço permite que profissionais ligados ao mercado criem suas redes, discutam temas comuns, fiquem informados e compartilhem conhecimento. Além disso, estas redes também visam melhorar a capacidade das pessoas para avançar profissionalmente e muitas vezes são usadas para identificar oportunidades de carreira (ou seja, busca de emprego).

O LinkedIn torna-se um bom caso de comparação para o nosso problema devido ao seu principal objetivo, que é formar uma rede de profissionais atuantes no mercado, cujos interesses são distintos daqueles atuantes na Academia. Portanto, nosso problema torna-se relevante perante as pesquisas anteriores por contribuir no estudo de grau e motivo de uso de uma rede social ainda não estudada, o Lattes, em meio ao seu público alvo, a Academia, comparando-o com outra rede social, o LinkedIn, que, pelo senso comum, não deveria ser valorizada pelo público acadêmico.

Nossa hipótese é que os alunos de pós-graduação, por saberem da importância de se manter seus "perfis" no Lattes atualizados para que seus cursos sejam bem avaliados pela CAPES, valorizem e sintam-se orgulhosos de ter seus currículos atualizados na Plataforma. Essa valorização será comparada àquela que os alunos dão à rede social LinkedIn, que não traz benefícios à Escola, mas pode trazer para o indivíduo com interesses no mercado de trabalho. Dada a importância para as ciências sociais desta interação entre a academia e o mercado, esta dinâmica pode vir também a ser identificada na forma/intensidade de utilização das redes sociais típicas de cada ambiente.

4. Metodologia

Esta pesquisa é um estudo exploratório. A metodologia adotada foi de uma pesquisa quantitativa, não experimental, utilizando-se como ferramenta de coleta de dados um questionário online, sendo a pesquisa realizada em junho de 2013. Em linha com o objetivo da pesquisa, a amostra foi composta por alunos regularmente matriculados no curso de pós-graduação da FEA-USP.

Variáveis e Indicadores

Foram definidas 03 variáveis, um conjunto de sub-variáveis e seus respectivos indicadores. São eles:

Motivos de Uso

Os *motivos* são as principais atividades e objetivos que levam os alunos a utilizar as redes sociais do escopo deste trabalho (Lattes e LinkedIn). Definiu-se “Motivo de Uso” como a variável a ser estudada, sendo a mesma composta por 05 (cinco) sub-variáveis já que nenhum dos estudos utilizados no referencial teórico contemplou de forma única e completa todos os aspectos a serem abordados nesta pesquisa. As sub-variáveis utilizadas para identificar os principais motivos de uso e respectivas referências são:

- Socialização: conhecer pessoas e cultivar antigos relacionamentos (Hew & Cheung, 2012);
- Aprendizado: acessar catálogos de bibliotecas online e bases de dados de domínio público (Ellison et al, 2006);
- Conexões: conectar-se a pessoas com interesses afins, profissionais, acadêmicos ou pessoais (Ellison et al, 2006);
- Expressar opinião: poder expressar seu ponto de vista em fóruns de interesse (acadêmico ou profissional) no ambiente da Internet (Hew & Cheung, 2012);
- Empregabilidade: alcançar pessoas com interesses comuns ou pessoas que são referência em suas áreas de atuação (Herring, 1993).

Grau de uso

Utilizou-se a estrutura proposta por Ellison et al (2006) que define o uso da rede social por meio de três medidas: (a) Intensidade de uso; (b) Tipos de uso; e (c) Massa crítica percebida. A variável aqui definida é “Grau de Uso”, sendo Intensidade, Tipo e Massa as sub-variáveis. Para este estudo, aplicaremos os mesmos critérios para medir a “Intensidade de Uso” das

redes sociais aqui consideradas. Para o indicador “número de amigos”, na Plataforma Lattes, consideraremos “número de co-autores na rede de colaboração”, enquanto no LinkedIn, consideraremos “número de conexões”. Adicionalmente, também utilizaremos o indicador “número de grupos de pesquisa” para a plataforma Lattes e “número de grupos de discussão” para o LinkedIn. Apenas a sub-variável “intensidade” foi estruturada no questionário para prover comparação entre as duas redes a fim de atender ao objetivo da pesquisa. As demais sub-variáveis (tipo e massa) foram incluídas apenas para análise da variável grau de uso, sem objetivo de fazer uma comparação entre as redes. Foi entendimento dos pesquisadores que um aprofundamento no estudo de “tipo” e “massa crítica” tornariam a pesquisa e os instrumentos de coleta (questionário) demasiadamente extensos, ficando como recomendação para estudos futuros.

Os indicadores selecionados visam oferecer um mecanismo de medição adequado a cada sub-variável. Alguns utilizam como métrica a escala Likert de 1 a 4, escolhendo entre “discordo totalmente”, “discordo”, “concordo” e “concordo totalmente”. Esta opção foi feita para evitar o viés de escolha mediana, ou seja, a tendência que alguns respondentes têm de escolher a opção “indiferente” quando estão em dúvida ou não sabem a resposta. Alguns indicadores utilizam uma seleção de intervalos, como por exemplo, “de 0 a 5”, “de 6 a 10”, etc. O respondente deve então selecionar o intervalo no qual se encaixa a sua resposta.

Grau de conhecimento CAPES

Sendo este um item original na pesquisa, foram definidos duas sub-variáveis (critério decisório e aplicação) diretamente relacionadas com o objetivo da pesquisa. As assertivas para cada indicador foram formuladas para avaliação em formato dicotômico (verdadeiro/falso) a fim de averiguar se os alunos teriam conhecimento sobre critérios decisórios utilizados pela CAPES e os tipos de aplicação da CAPES para a plataforma Lattes.

Amostra

Segundo dados disponíveis no sítio da FEA (2013), em 2012, o universo dos alunos era composto por 268 alunos matriculados nas linhas de pesquisas ligadas a Administração. O presente estudo obteve um total de 61 respondentes, sendo considerados como válidos 53 questionários. Dessa forma, podemos aferir que a amostra deste estudo representa 20% da população estudada.

Apesar de a amostra representar aproximadamente 1/5 da população, tal estratégia é claramente considerada como sendo não probabilística devido ao fato de ter sido escolhida com base no julgamento pessoal e conveniência dos pesquisadores, podendo os mesmos arbitrar e decidirem sobre a composição da amostra. Costumeiramente as técnicas de amostragem não probabilística incluem amostras por conveniência, por julgamento, por quota e a amostra tipo bola de neve, na qual um respondente indica outro, conforme alerta Malhotra (1996).

Em decorrência do fato de ser possível determinar a probabilidade de selecionar um elemento particular para inclusão na amostra, as estimativas obtidas não são estatisticamente projetáveis para a população, sendo esta uma limitação da pesquisa.

Instrumento de coleta de dados

A ferramenta de coleta de dados foi um questionário *online* baseado na ferramenta Google Docs e direcionado aos alunos matriculados no programa de pós-graduação em administração da FEA (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade)-USP.

Validade

O questionário buscou interrogar os participantes quanto aos motivos de uso das redes sociais (pergunta problema), o motivo de uso do LinkedIn e do Lattes e o grau de conhecimento quanto ao uso da plataforma Lattes na avaliação da Capes (objetivo 03). Para responder ao objetivo 04, utilizou-se a sub-variável “Intensidade”.

Segue abaixo um breve resumo de cada seção do questionário:

- Para mensurar os “motivos de uso” e o “grau de uso”, foram apresentadas afirmações em uma escala Likert de quatro pontos, de acordo com o grau de concordância do respondente em resposta à afirmação apresentada;
- Mesmo tendo como linha guia medir redes sociais profissionais, a pesquisa questionou quais redes sociais os respondentes utilizam regularmente. Foram listadas 03 redes (LinkedIn, Facebook, Twitter) e o respondente poderia informar outra opção a tivesse. Tal lista foi originada da leitura de uma série de artigos e de uma recente lista compartilhada pelo portal eBiz (2013).
- Para mensurar o “grau de conhecimento da CAPES”, foram apresentadas afirmações referentes às sub-variáveis “Critério decisório” e “Aplicação”, utilizando-se uma escala dicotômica onde os respondentes deveriam indicar se a assertiva era verdadeira ou falsa.
- Além das perguntas referentes às redes sociais, o questionário incluiu também perguntas qualificadoras respondidas de forma direta pelos participantes.

Confiabilidade:

A validade das afirmativas de concordância utilizadas no questionário foi aferida através do coeficiente Alfa de Cronbach, utilizado por pesquisadores e de reconhecida eficiência para esse fim (Peterson, 1994). Percebe-se que todos os testes apresentaram resultados satisfatórios, ou seja, Alfa de Cronbach maior de 0,6 (HAIR et. al, 2005). Esta aferição foi feita para a variável “Motivo de Uso” por utilizar a escala Likert. Abaixo estão indicados os índices para as assertivas correspondentes às sub-variáveis de “Motivo de Uso” no questionário.

Tabela I. Alpha de Cronbach das variáveis das afirmativas analisadas.

Sub-variável	Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach baseado nos itens normalizados	N de Itens
Aprendizado	,781	,786	3
Empregabilidade	,905	,904	9
Expressar Opinião	,679	,683	3
Socialização	,677	,676	4

5. Análise dos resultados

Caracterização geral da amostra

Foram obtidos 53 questionários válidos, entre os quais havia 36 homens (68%) e 17 mulheres (32%) respondentes. Em termos de faixa etária, 56,6% dos respondentes possuem idade entre 26 e 35 anos. Quanto ao nível de pós-graduação, temos uma distribuição de 54,7% cursando mestrado e 45,3% cursando doutorado.

Em relação a principal atividade do respondente durante o curso de pós-graduação, os entrevistados estavam assim divididos:

Tabela II. Principal atividade profissional dos discentes durante o curso de pós-graduação.

Atividade	Frequência	%
Estudante apenas	11	20,8%
Docente	11	20,8%
Trabalho em empresa setor privado	16	30,2%
Trabalho em órgão do setor público	03	5,7%
Empresário	05	9,4%
Pesquisador	02	3,8%
Autônomo	05	9,4%

Vale ressaltar que 49,2% da amostra exerce atividade de docência, no entanto, 28,3% dos respondentes além de docentes, exercem outra atividade profissional.

Os participantes da *survey* foram solicitados a indicar as redes sociais que utilizam regularmente e, 75,5% citaram usar o Facebook, 58,5% citaram usar o LinkedIn e, apenas, 18,9% citaram usar o Twitter.

Grau de entendimento entre a Capes e o Lattes

Foram criadas 07 afirmativas a fim de medir o grau de concordância e de conhecimento dos alunos quanto à relação entre as informações produzidas e armazenadas na plataforma Lattes, como rede social acadêmica, e a avaliação aplicada pela Capes.

É de conhecimento dos grupos acadêmicos que a avaliação realizada pela Capes aos programas de pós-graduação caracteriza-se por ser essencialmente acadêmica e valoriza, sobretudo, a pesquisa e as publicações científicas, dando menor atenção, tradicionalmente, ao ensino, à extensão, à cooperação com setores empresariais e governamentais e ao impacto que as atividades desenvolvidas nos programas possam ter na sociedade em geral (Spagnolo e Souza, 2004).

A tabela abaixo, retirada do site da Capes (2013) discrimina os critérios correspondentes às avaliações dos cursos de pós-graduação em Administração no que diz respeito aos discentes dos programas. Vale ressaltar que a Capes, ao avaliar os discentes, não leva em consideração sua atuação profissional.

Tabela III. Critérios relacionados aos discentes levados em consideração nas avaliações dos cursos de pós-graduação em Administração.

Ítems ¹⁾	Pesos	Avaliação ²⁾
1 Orientações de teses e dissertações concluídas no período de avaliação em relação ao corpo docente permanente e à dimensão do corpo discente.	20%	
2 Adequação e compatibilidade da relação orientador/discente.	15%	
3 Participação de discentes autores da pós-graduação e da graduação (neste caso, se a IES possuir graduação na área) na produção científica do programa.	10%	
4 Qualidade das Teses e Dissertações: Teses e Dissertações vinculadas a publicações.	20%	
5 Qualidade das Teses e Dissertações: Outros Indicadores.	20%	
6 Eficiência do Programa na formação de mestres e doutores: Tempo de formação de mestres e doutores e percentual de bolsistas da Capes e do CNPq titulados.	15%	
Comissão	100%	

Conforme pode ser observado nos gráficos que seguem, os itens "A Plataforma Lattes é utilizada pela CAPES para identificar o número de alunos egressos dos vários cursos disponíveis de pós-graduação" e "A CAPES leva em consideração a carreira profissional do

estudante como critério na avaliação dos cursos de pós-graduação" geraram dúvidas nos respondentes.

Figura I – A Plataforma Lattes é utilizada pela CAPES para identificar o número de alunos egressos dos vários cursos disponíveis de pós-graduação



Fonte: Elaboração dos autores, 2013.

Figura II – A CAPES leva em consideração a carreira profissional do estudante como critério na avaliação dos cursos de pós-graduação



Fonte: Elaboração dos autores, 2013.

Motivos de uso das Redes Sociais

Com relação às afirmativas que procuraram analisar os motivos de uso das redes sociais computacionais, isto é, o uso para socialização, aprendizado, expressão de opinião e empregabilidade (Herring, 1993), temos os seguintes níveis de concordância, conforme pode ser observado na tabela abaixo.

Tabela IV. Critérios relacionados aos discentes levados em consideração nas avaliações dos cursos de pós-graduação em Administração.

Questão	Afirmativa	Discordo	Concordo
Aprendizado	Por meio das redes sociais é possível descobrir eventos (feiras, etc.) e publicações (revistas e periódicos).	4%	96%
Empregabilidade	Acredito que através das redes sociais seja possível trocar informações com pessoas de interesse comum.	6%	94%
Empregabilidade	Acredito que por meio das redes sociais seja possível identificar oportunidades de emprego.	6%	94%
Socialização	Creio que as redes sociais ampliam a comunicação com amigos.	8%	92%
Empregabilidade	Acredito que por meio das redes sociais seja possível compartilhar minhas atualizações profissionais.	13%	87%
Empregabilidade	Acredito que através das redes sociais seja possível ter acesso a pessoas que são referência em minha área de atuação.	19%	81%
Empregabilidade	Por meio das redes sociais é possível ter acesso a pessoas que são referência em minha área de atuação, o que não seria possível pessoalmente.	19%	81%
Expressar opinião	Acredito que toda pessoa, independente de sua posição na sociedade, pode fazer parte de uma discussão.	19%	81%
Empregabilidade	Acredito que por meio das redes sociais seja possível analisar o perfil ou o histórico de alguns alunos para fins acadêmicos.	23%	77%
Aprendizado	Creio que as redes sociais permitem o usuário buscar conteúdos, temas e autores de interesse.	25%	75%
Empregabilidade	Acredito que por meio das redes sociais seja possível analisar o perfil ou o histórico de alguns professores para fins profissionais.	25%	75%
Empregabilidade	Acredito que por meio das redes sociais seja possível analisar o perfil ou o histórico de alguns professores para fins acadêmicos.	30%	70%

Socialização	As redes sociais são usadas para se conhecer pessoas novas on-line.	30%	70%
Expressar opinião	As redes sociais possibilitam que a opinião de qualquer pessoa seja reconhecida em um fórum público e especializado em determinado tema.	32%	68%
Socialização	Acredito que por meio das redes sociais seja possível identificar formadores de opinião sobre minha área de interesse.	34%	66%
Socialização	Creio que as redes sociais ampliam a comunicação com a família.	38%	62%
Expressar opinião	Acredito que toda pessoa, independente de seu grau de instrução, pode expressar suas opiniões acadêmicas.	43%	57%
Aprendizado	Creio que as redes sociais são um excelente canal para busca de conteúdo para estudo.	58%	42%
Empregabilidade	Acredito que por meio das redes sociais seja possível analisar o perfil ou o histórico de alguns alunos para fins profissionais.	58%	42%

Para efeito de análise, as respostas registradas como “concordo totalmente” e “concordo”, foram agrupadas em uma categoria denominada “concordo”. O mesmo foi realizado para a categoria “discordo”, que nada mais é do que o agrupamento das respostas registradas como discordo totalmente e discordo.

Os resultados indicaram que os respondentes concordam com a maioria das afirmativas citadas, afinal, das 04 variáveis mensuradas, a pesquisa constatou que ao menos uma afirmativa de cada variável, teve uma concordância acima de 80%.

Ficaram como ponto de atenção as afirmativas “Creio que as redes sociais são um excelente canal para busca de conteúdo para estudo” e “Acredito que por meio das redes sociais seja possível analisar o perfil ou o histórico de alguns alunos para fins profissionais”, pois ambas tiveram uma maior discordância quanto à opinião dos respondentes. Não é possível afirmar o motivo da discordância, no entanto, pode-se interpretar que os respondentes não acreditam que as redes sociais possam ser um canal para busca de conteúdo de qualidade. Tal constatação, tem um alinhamento com estudos recentes que indicam a existência de uma grande quantidade de lixo informacional em aplicações da Web 2.0 (Suchanek et al 2008, Figueiredo et al 2009), devido à facilidade e liberdade com que usuários criam e disponibilizam conteúdo nas atuais redes sociais computadorizadas.

A fim de analisar a correlação entre os motivos de uso, foi utilizado o teste de correlação de *Pearson*. Neste caso a análise indica a relação entre 02 variáveis, sendo seus valores sempre expressos entre +1 e -1. O sinal indica a direção, se a correlação é positiva ou negativa, enquanto que o valor do resultado indica a força da correlação. Para Cohen (1988), valores entre 0,10 e 0,29 podem ser considerados pequenos; scores entre 0,30 e 0,49 podem ser considerados como médios; e valores entre 0,50 e 1 podem ser interpretados como grandes.

As afirmações “Acredito que toda pessoa, independente de seu grau de instrução, pode expressar suas opiniões acadêmicas”, “Acredito que toda pessoa, independente de sua posição na sociedade, pode fazer parte de uma discussão” e “As redes sociais possibilitam que a opinião de qualquer pessoa seja reconhecida em um fórum público e especializado em determinado tema”, relacionadas à variável **expressar opinião**, foram as únicas que não demonstraram nenhuma correlação (força abaixo de 0,5) significativa com outras afirmativa (variáveis). Pode-se aferir que os respondentes não acreditam em uma relação direta entre a liberdade de expressão de opinião com as características de socialização, empregabilidade e aprendizado citadas pela literatura.

Intensidade e frequência de uso do Lattes e do LinkedIn

Através dos dados coletados foi possível averiguar a intensidade de uso da plataforma Lattes e do LinkedIn.

Como resultado dos dados coletados, pode se observar que 35,8% dos respondentes possuem mais de 120 conexões e, semanalmente, 49,06% passam de 1 a 5 horas utilizando o LinkedIn. Além disso, 50,94% dos entrevistados participam de 1 a 5 grupos de discussão de temas

relacionados ao cotidiano profissional e 56,6% acessam, semanalmente, entre 1 a 5 vezes seus perfis nesta rede social.

Fazendo um paralelo com a plataforma Lattes, é possível observar que 62,26% dos respondentes possuem entre 1 a 10 coautores em sua rede de colaboração. Referente ao tempo de uso semanal, 64,15% dos respondentes citam não despendem nenhuma hora da sua semana utilizando a plataforma Lattes e 62,26% não acessaram, recentemente, uma única vez seu perfil nesta rede de colaboração acadêmica. Vale ressaltar que 50,94% dos respondentes disseram não participar de grupos de pesquisa.

Analisando os respondentes sob a ótica dos níveis de especialização de pós-graduação, isto é, alunos que, atualmente, estão matriculados nos programas de doutorado e mestrado, é possível observar alguns comportamentos interessantes no que diz respeito a intensidade de uso das duas plataformas.

Avaliando o número de vezes que os respondentes acessaram a plataforma Lattes, 37,5% dos doutorandos disseram acessar entre 1 a 5 vezes, já no caso dos mestrandos, somente 27,59% disseram acessar a plataforma na mesma frequência. Quanto ao número de acessos ao LinkedIn, não há muita diferença entre os dois perfis, pois analisando a frequência de 1 a 5 acessos, há uma distribuição de 54,17% dos doutorandos e 58,62% dos mestrandos utilizando a plataforma.

Referente a participação dos alunos nos grupos de pesquisa da plataforma Lattes, 66,67% dos doutorandos participam de 1 à 5 grupos, o que ocorre em somente 27,59% dos casos mestrandos. Já a participação dos alunos nos grupos de discussão do LinkedIn, existe uma atuação muito semelhante entre os dois perfis, sendo que 51,71% dos mestrandos e 50% dos doutorandos participam de 1 a 5 grupos de discussão. Pode-se interpretar que, em decorrência dos alunos de doutorado possuem uma produção de artigos publicados e divulgados na plataforma Lattes maior do que os alunos de doutorado, já que 83,33% disseram ter entre 1 à 20 artigos publicados contra 58,62% no caso dos alunos de mestrado, é de se esperar que o aluno de doutorado tenha uma atuação mais intensiva nos grupos de pesquisa.

6. Considerações finais

Por meio deste estudo foi possível identificar quais motivos levam os alunos de pós-graduação a usar as redes sociais computacionais típicas para um ambiente profissional. Foram considerados nesta pesquisa o LinkedIn e a Plataforma Lattes, essa última ainda não estudada em meio ao seu público alvo, a academia.

Os resultados indicaram que os respondentes consideram que a socialização, o aprendizado, a expressão de opinião e a empregabilidade são motivos de uso de tais redes sociais.

Observou-se também alguns comportamentos interessantes no que diz respeito à intensidade de uso das duas plataformas comparando-se os mestrandos e os doutorandos. Os alunos de doutorado acessam a plataforma Lattes e participam de mais grupos de discussão do que os alunos de mestrado. Já na análise dos acessos e dos grupos de discussão do LinkedIn, não foram identificadas diferenças entre esses dois grupos.

Quanto ao papel da plataforma Lattes para a CAPES, embora a maioria tenha o conhecimento da sua importância, foi identificado que há algumas dúvidas entre os respondentes e, dessa forma, tornam-se válidas as seguintes sugestões:

- Uma melhor divulgação das informações que são produzidas pela base de dados da plataforma Lattes, isto é, trazer para o conhecimento da maioria que, através da plataforma Lattes é possível avaliar o número de egressos nos cursos de pós-graduação, pois dessa forma é possível analisar a eficiência dos programas na formação de mestres e doutores;

- Uma exposição mais clara da distinção entre os pesos dados ao histórico profissional e à produção acadêmica dos pesquisadores, haja vista que a Capes pondera com maior relevância ações acadêmicas.

Procurou-se também identificar as redes sociais disponíveis, não especificamente aquelas voltadas para o ambiente profissional, mais usadas pelo público estudado. O Facebook apareceu em primeiro lugar, seguida do LinkedIn e por último o Twitter.

Como limitação desse estudo citamos a técnica usada de amostragem não probabilística, pois foi possível que os pesquisadores selecionassem o elemento particular para inclusão da amostra e, conseqüentemente, as estimativas não são estatisticamente projetáveis para a população.

Embora a literatura defina o uso da rede social por meio de três medidas: (a) Intensidade de uso; (b) Tipos de uso; e (c) Massa crítica percebida (Ellison et al, 2006) os pesquisadores deram ênfase a “Intensidade de Uso”, ficando o estudo aprofundado sobre “tipo” e “massa crítica” como recomendação para estudos futuros.

Também consideramos para estudos futuros uma pesquisa entre os alunos de pós-graduação *strictu sensu*, não limitados a uma universidade, um curso ou região.

7. Referências

BALANCIERI, R., BOBO, A.B., KERN, V.M., PACHECO, R.C.S., BARCIA, R.M. **A análise de redes de colaboração científica sob as novas tecnologias de informação e comunicação: um estudo na Plataforma Lattes**. Ci. Inf. ,v. 34, n.1, p.64-67, 2005.

BRYANT, J. A., SANDERS-JACKSON, A., & SMALLWORD, A. M. K. **IMing, text messaging, and adolescent social networks**. Journal of Computer-Mediated Communication. 2006.

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Disponível em http://www.capes.gov.br/images/stories/download/avaliacao/CA2007_AdministracaoTurismo.pdf. Acesso feito em 30/04/2013.

CAPES. Disponível em <http://www.capes.gov.br/duvidas-frequentes/62-pos-graduacao/3018-o-que-e-pos-graduacao>. Acesso feito em 21/04/2013.

CAPES. **Avaliação Trienal 2007 (triênio 2004 - 2006)**. http://www.capes.gov.br/images/stories/download/avaliacao/CA2007_AdministracaoTurismo.pdf. Acessado feito em 10/07/2013.

CARDOZO, M. L.. **Twitter: microblog e rede social**. Caderno.Com. São Caetano do Sul, v.4, n.2, p.24-38 , 2º semestre 2009.

CETIC. **Pesquisa TIC DOMICÍLIOS e USUÁRIOS 2011**. Disponível em <http://cetic.br/usuarios/tic/2011-total-brasil/rel-int-06.htm>. Acesso feito em 31/05/2013.

CHO, S.E.; PARK, H.W. **A qualitative analysis of cross-cultural new media research: SNS use in Asia and the West**. Qual Quant. Vol. 47. Pgs. 2319-2330. 2013.

COHEN, J. **Statistical power analysis for the behavioral sciences**. Hillsdale, NJ, Erlbaum. 1988.

COSTA, L. et al. **Redes: uma introdução às dinâmicas da conectividade e da auto-organização**. Brasília: WWF-Brasil, 2003.

DIGITAL LIFE. **Understanding the opportunity for growth online report**. 2011.

EBIZ. Disponível em <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>. Acesso feito em 31/05/2013.

ELLISON, N., STEINFELD, C., & LAMPE, C. **Spatially bounded online social networks and social capital: the role of Facebook**. In Proceedings of the Annual Conference of the International Communication Association. 2006.

FEA-USP. Acessado em 10/07/2013. Disponível em: <http://www.fea.usp.br/media/fck/FEa%20em%20n%C3%BAmeros%20site.pdf>

FIGUEIREDO F., BELÉM, F., PINTO, H., ALMEIDA, J. M., GONÇALVES, M. A., FERNANDES, D., MOURA, E. and CRISTO. "Evidence of Quality of Textual Features on the Web 2.0", In: Proc. ACM CIKM. 2009.

HAIR J. et al. **Multivariate Data Analysis**. 6 ed. Prentice Hall, 2005.

HERRING, S. C. **Gender and democracy in computer-mediated communication**. Electronic Journal of Communication. 1993.

HEW, K.F.; CHEUNG, W.S. **Use of Facebook: a case study of Singapore students' experience**, Asia Pacific Journal of Education, 32:2, 181-19. 2012.

KATZ, J.S. **Geographical proximity and scientific collaboration**. Scientometrics, v. 31, n.1, p.31-43, 1994.

KATZ, J.S., MARTIN, B.R. **What is Research Collaboration?**. Research Policy, v.26, p.1-18, 1997.

LINKEDIN. Disponível em: <http://br.linkedin.com/about-us>. Acesso feito em 06/06/2013.

LIPSMAN. **Social networking goes global**. Reston, VA. Available from: <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1555>. 2007.

LLOYD, B. A. **Professional networking on the Internet**. Pulp and Paper Industry Technical Conference. Birmingham, AL. 2009.

MALHOTRA, N. K.; **Marketing Research - An Applied Orientation**; Prentice Hall; 1996.

MALHOTRA, Manoj K.; GROVER, Varun. **An assessment of survey research in POM: from constructs to theory**. Journal of Operations Management, Columbia, v. 16, n. 4, p. 407-425, July 1998.

MARTELETO, R. M. **Redes Sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação**. Ciência da Informação, Brasília, v. 3, n. 1. 2010.

MILGRAM S. **The small world problem**. Psychol Today. 1967.

PETERSON, R. A.; **A Meta-analysis of Cronbach's Coefficient Alpha**; Journal of Consumer Research; Vol. 21; September 1994.

PFEIL, U., ARJAN, R., ZAPHIRIS, P. **Age differences in online social networking - a study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in MySpace**. Computers in Human Behavior. 2009.

PLATAFORMA LATTES. Disponível em <http://lattes.cnpq.br/>. Acesso feito em 21/04/2013.

PRICE, D.J.S. **Little science, big science**. New Cork: Columbia University Press, 1963.

RADICATI S: **Email statistics report, 2011-2015**. Disponível em <http://www.radicati.com/?p=7261>. Acesso feito em 31/05/2013.

SJÖBERG, A. **Making sense of a technology - A study of how professionals use, understand and create a sense of Facebook, LinkedIn and Twitter and what factor's that might influence these processes**. Master Thesis in Strategic HRM and Labour relations, University of Gothenburg. 2012.

SMITH, M. **The trend toward multiple authorship in psychology**. American Psychologist, v. 13, p. 696-599, 1958.

SPAGNOLO F.; SOUZA V.C. **Revista brasileira de pós-graduação**, 2004.

SUCHANEK, F. M., VOJNOVIC, M. and GUNAWARDENA, D. **Social Tags: Meaning and Suggestions**, In: Proc. ACM CIKM. 2008.

TUROW, J. **The Internet and the Family: The View From the Family, the View From the Press**. Philadelphia, PA: Annenberg Public Policy Center. 1999.

WEISZ, J.; ROCO, M. C. **Redes de pesquisa e educação em engenharia nas américas**. Rio de Janeiro: FINEP, 1996.

YUN, Gi Woong; TRUMBO Craig W. **Comparative response to a survey executed by post, e-mail, & web form**. Journal of Computer-Mediated Communication, Indiana University, Bloomington, IN, v. 6, n. 1, Oct. 2000.