

"Hangout: Redes sociais e o cruzamento de campos no contexto organizacional"

Maria Joaquina Barrulas*, Margarida Cardoso**, Mónica Pinheiro***, Leonor Valfigueira***

Hangout: *"A favorite place for spending time; also: a place frequented for entertainment or for socializing"*

(<http://www.merriam-webster.com/dictionary/hangout>)

Resumo: Neste artigo apresentam-se os resultados de um estudo exploratório realizado no âmbito de um projecto mais vasto, (*work in progress*), que estuda a utilização de redes sociais e pretende questionar o papel, relevância, potencialidades e limitações destas nas organizações. Partimos do conceito de campo na acepção de Bourdieu, identificamos espaços sociais e espaços informacionais que se cruzam em contextos organizacionais. Escolheram-se os Laboratórios Científicos como terreno experimental por serem organizações de conhecimento intensivo, em que a criação, partilha e uso do conhecimento constituem a sua atividade principal (*core activity*) e a rede social LinkedIn, por ser a rede profissional online mais utilizada à escala global.

Abstract: This paper presents the preliminary results of a study (*work in progress*) that looks at the use of social networks in organizational environments: their role, relevance, and limitations. We discuss Bourdieu's concept of field and the interlacement of social and informational spaces in organizational contexts. Scientific Laboratories, known as knowledge intensive organizations, having knowledge creation, sharing and use as their core activity, and LinkedIn, the widely used professional network, were chosen to carry out the exploratory study.

Palavras Chave: Redes sociais, Laboratórios científicos, Interações sociais, Cruzamento de campos

Key words : Social Media, Social Networks, Scientific Laboratories, Knowledge Organizations, Social Interactions,

1 *Campos informacionais*

A noção de campo surge regularmente na temática informacional, assumindo diversos significados, exprimindo para a relevância do contexto e as dinâmicas que nele se encerram, ou por ele perpassam. Johnson propõe que consideremos o enquadramento do campo (*information field*) e a trajetória ou trilha informacional (*information pathway*) (JOHNSON, 2003), que combinados traduzem, simultaneamente um certo carácter estável do contexto, com um peso significativo das realidades da infraestrutura. O campo informacional engloba os estímulos informacionais e pode ser entendido como um espaço constituído por recursos e barreiras, uma rede interpessoal de comunicação e terminais de informação; ao mesmo tempo, o carácter dinâmico e continuamente construído do referido contexto está patente, uma vez que a noção de trajetória ou trilha informacional designa a capacidade do indivíduo alterar o seu ambiente informacional em função da seleção de diferentes estímulos. Por exemplo, na escolha de novos *media*, na vigilância sobre determinadas fontes, pessoas ou grupos na sua rede. Esta noção dinâmica cruza-se com a de Pettigrew, que procura delimitar o momento informacional: o terreno informacional (*information ground*, PETTIGREW, 1999) tem características ambientais, quase implícitas, associadas ao comportamento e desempenho dos agentes perante uma dada tarefa, na qual se integra a facilitação da partilha (PETTIGREW, 1999). Uma abordagem sistémica realça os equilíbrios e desequilíbrios, referenciando a ecologia informacional (*information ecology*, CHOO, 2002) e o “ambiente informacional” (TAYLOR, 1991).

Sublinhando a natureza construída do contexto, Sonnenwald refere o horizonte informacional como um cruzamento de factores oferecendo referências (SONNENWALD, 1999). O ambiente proporciona a referência informacional para a ação. Recuperando noções anteriores, também este horizonte corresponde de forma abrangente à noção de campo de Bourdieu, uma vez que independentemente dos recursos informacionais que mobiliza, ele é determinado social e individualmente. Os horizontes informacionais são abstrações intensas, “espaços de soluções densamente povoados” (SONNENWALD, 1999, *online*).

2 *Campos como espaços sociais*

Para Bourdieu, a sociedade estrutura-se através de espaços sociais conjugados, contextos de cruzamento das formas de poder, articulação dos capitais que cada um detém. A estes espaços sociais Bourdieu denominou campos,

“(...) ao mesmo tempo como um campo de forças, cuja necessidade se impõe aos agentes que nele se encontram cometidos, e como um campo de lutas no interior do qual os agentes se enfrentam, com meios e fins diferenciados segundo a sua posição na estrutura do campo de forças” (BOURDIEU, 2001, p. 32).

A noção de campo de Bourdieu, porque implica uma configuração de relações, uma rede estruturada e estruturante que orienta o contexto, traduz-se em interações, transações e eventos ocorridos (GRENFELL, 2008; THOMSON, 2008). O campo abrange quer os aspetos objetivos, quer os subjetivos, dos fenómenos sociais (GRENFELL, 2008). A análise do campo engloba o conhecimento sobre ela é desenvolvido, mas também as práticas que geram esse conhecimento, e que se relacionam eventualmente mais com aspectos subjectivos do que com os objetivos associados aos fenómenos sociais (BOURDIEU, 2001; THOMSON, 2008).

No campo acumulam-se e mobilizam-se capitais diferenciados: o económico – que inclui dinheiro e bens; o cultural, que inclui aspectos como o conhecimento, o gosto, entre outros; o social, que diz respeito às redes de relações em presença; e o simbólico, próximo da noção de *status* do agente, que assim se associa ao potencial de troca dos capitais, ou seja, funciona como mecanismo de conversão que reverte a favor de quem o possui e manipula (THOMSON, 2008). Os capitais referidos parecem integrar os fatores contextuais que induzem a variabilidade das atividades informacionais, tal como aponta Courtright (2007), referindo que em média são delineados um a dois factores contextuais que contam para a variabilidade das actividades informacionais, encontrados tanto em estudos no contexto de organizações como em estudos LIS (Library & Information Science) que incluem a sociabilidade, as tarefas ou situações, problemas, aspetos culturais, regras e recursos institucionais, características e mudanças tecnológicas e nas relações de poder.

Assim é possível enunciar, em associação com os restantes, o capital informacional, que a par de outros permite navegar entre campos, seleccionando os mecanismos de ação e os capitais para implicar a cada momento, fazendo otimizar o capital simbólico na posse do agente. O campo de poder parece ter relação direta não só com o capital simbólico mas também com o capital informacional, isto é, a posse da informação para o jogo do agente, em função da conversão de capitais que este consegue fazer, e dos campos onde escolhe jogar.

Todos estes campos se traduzem em espaços informacionais, isto é, “redes interpessoais associadas a terminais de informação (por exemplo computadores com acesso à internet), embebidos no contexto físico” (SAVOLAINEN, 2006, s.p., trad. livre). Bem, não apenas no contexto físico, que como Savolainen afirma serve para estabilizar as referências do agente, mas diríamos, também nos espaços sociais antes referidos, ou seja, cada campo onde se cruzam os diversos capitais gera espaços informacionais específicos, e inerentemente a necessidade de transição entre eles. Da transição entre campos se fazem as trajetórias (BOURDIEU, 2001) informacionais (SAVOLAINEN, 2006), definidas pelo autor como a “estrada que alguém segue para obter as respostas às suas perguntas num determinado campo informacional” seja ele resultante e projeção de um campo social, seja ele resultante do cruzamento, ou da transição entre campos.

Schek et al., referem uma noção de espaços informacionais bem mais concreta, como “coleções de dados e serviços semanticamente relacionados” (SCHEK, SCHULDT, SCHULER & WEBER, 2002: s.p., trad. livre). Desta noção partem para três abstrações, uma global, associada a todos os documentos e serviços que podem ser acedidos, um espaço informacional global que inclui documentos *linkados*, como a Internet (HEATH & BIZER, 2011); uma segunda associada a bases localmente circunscritas (intranet), parte do espaço informacional global e uma terceira noção, “o espaço de informação pessoal que respeita à perspectiva de um indivíduo sobre um espaço local, delineado à medida das necessidades no seu contexto” (SCHEK, 2002: s.p., trad. livre). Diríamos que é partindo desta terceira noção, das necessidades do indivíduo - convertido em agente – que espreitamos sobre os espaços comunitário e global, e sobre eles jogamos os nossos capitais de diferentes formas. E esse jogo de capitais responde a um ou vários caminhos informacionais que queremos percorrer, conforme os campos em que nos mexemos:

profissionais, de aprendizagens, outros. Como referem Bertelsen & Bødker ao estudarem os espaços informacionais associados ao trabalho (num contexto específico) (2001),

“(...) os espaços informacionais comuns têm vários centros e periferias, são compostos de regiões sobrepostas. A aprendizagem tem lugar na relação com os movimentos e justaposições de informação, que decorrem num espaço informacional comum carregado de informação”
(BERTELSEN & BØDKER, 2001, p. 16).

As tecnologias de informação permitem assim rever a noção de espaço informacional, na tradução de um espaço analógico para um espaço digital: ele aumenta, tornamo-nos, como diz Floridi, organismos informacionais – *inforgs* – e tudo isto sucede através da reorganização quer do nosso ambiente – ou dos campos onde os agentes se movimentam –, quer da forma como interagimos com ele (FLORIDI, 2007), ou seja, das redes a que nos conectamos alternadamente.

Floridi (2007) propõe o conceito de infoesfera para designar: “(...) todo o ambiente informacional constituído por todas as entidades informacionais (incluídos os agentes informacionais também) (FLORIDI, 2007, p. 59), incluindo as características específicas dos referidos espaços, a forma como as interações geram processos informacionais, abrangendo os espaços analógicos e *offline*. Lave associa de forma evidente esta noção de infoesfera com ao cruzamento de capitais, ao propor a *arena informacional* que contem os “os aspectos contextuais não directamente negociáveis pelo indivíduo, sendo eles físicos, económicos, políticos, e resultado de uma organização social determinada e que acontece no espaço e no tempo (LAVE, 1988, p. 150), como um cenário associado não só ao contexto mas também pela sua interacção com outros. O foco, o alvo da atenção, é sempre relacional (ANDERSON, 2007: online).

3 *Social media* e redes sociais

À medida que progredimos nas trajetórias informacionais, com e entre os pares, desenvolvemos espaços informacionais de síntese (NECHES, 1998), de confluência, que oferecemos às nossas redes de relação, ou seja, que partilhamos com o campo onde assentamos o nosso registo em cada momento. Easley e Kleinberg afirmam, sobre as redes sociais informacionais, que elas mesmas estão organizadas num sistema de rede, isto é, agrupam-se em comunidades sucessivas, com elementos distintivos nas páginas mais relevantes, facilitando a pesquisa e a adopção de

tecnologias através da organização nesta estrutura de rede (EASLEY e KLEINBERG, 2010). Tierney chama a atenção para os princípios que permitem a partilha flexível de conhecimento, e que funcionam tal como com o sistema neurobiológico: dinamismo, distribuição, flexibilidade, interactividade (TIERNEY, 2006), condições do eficaz funcionamento de uma rede social. Castells (2006) salienta o essencial associado à sociedade em rede, a) uma economia em rede; b) a transformação dos princípios orientadores do trabalho; c) a transformação da sociabilidade – a emergência do individualismo na rede; d) a transformação do reino da comunicação, incluindo os media; antevê, mesmo, novas formas de estado. Nesta sequência, o autor foca a atenção no sector público, sobre o qual diz que urge a sua reforma em função da sociedade em rede em que se insere (CASTELLS, 2006). Van Dijk por outro lado, afirma uma nova infraestrutura societal, sugerindo que se desenrolam alterações fundamentais ao nível das comunicações, sendo que os novos *media* estão integrados, são interativos e usam o código digital. Entre outros aspectos, o autor salienta que a estrutura em rede conecta todos, o público e o privado, diluindo as suas separações (VAN DIJK, 2006).

Ao falar de redes sociais, importa distinguir entre o que em inglês se designa por *social media* e por *social networks*. *Social media* engloba uma variedade de tecnologias que permitem a criação e troca de conteúdos gerados pelo utilizador, permitindo-lhe passar de consumidor passivo a produtor activo. Ou seja, serviços baseados na Internet que tornam possível, ao indivíduo, comunicar, criar e partilhar conteúdos, colaborar com outros (KIM, JEONG, & LEE, 2010; LERMAN, 2007). Os *social media* estão associados à disponibilização, na internet, destes serviços. Aparentemente, uma das características mais relevantes e continuamente referidas relativa ao *software* social é a possibilidade de os utilizadores recorrerem aos media sociais como suporte para os conteúdos que produzem. *Rede social*, por outro lado, é também um conceito teórico usado em ciências sociais para estudar o relacionamento entre indivíduos, grupos e organizações, bem como para descrever a estrutura social determinada por essas relações. Em português, a expressão *redes sociais* popularizou-se com o uso coloquial indistinto para descrever tanto os *media*, as tecnologias, como para o uso que delas é feito pelos indivíduos. Neste artigo utilizamos também a expressão *redes sociais* nesta acepção, focando em particular as redes sociais em contextos organizacionais.

De entre as mais populares à escala global, podemos distinguir:

- Projetos colaborativos como a Wikipédia,
- Blogs (individuais e coletivos), e microblogs como o Twitter,
- Comunidades de conteúdos multimédia como o YouTube ou Instagram,
- Comunidades agregadoras de conteúdos, discussão, jogos, tendo o Facebook como expoente máximo actual de aceitação/utilização,
- Mundos sociais virtuais como a Second Life,
- Redes sociais profissionais como o LinkedIn

3.1. *Redes sociais profissionais: o LinkedIn*

A rede LinkedIn¹ é fundada por onze pessoas, entre as quais Reid Hoffman, em 2002, e lançada oficialmente em Maio de 2003. É considerada atualmente a maior rede profissional do mundo, com mais de 200 milhões de utilizadores em 200 países². É uma empresa de capital aberto, tendo como missão “conectar profissionais do mundo todo, tornando-os mais produtivos e bem-sucedidos” (www.linkedin.com). Esta rede liga milhões de pessoas através dos seus perfis profissionais, permitindo a pesquisa mútua ou para recrutamento. Permite o conhecimento da rede social do utilizador (pelo próprio e pelos que lhe estão associados), possibilitando ver o número e intensidade das ligações entre os perfis relacionados. Aí, torna possível a existência de um espaço de informação e contactos, troca de ideias, oportunidades quer a empregadores quer a quem procura emprego, num ambiente controlado e em que é suposto, por causa da visualização do grau das relações, a percepção da confiança na rede. A informação que cada um dá sobre si próprio é aquela que é partilhada com outros profissionais. A plataforma facilita a criação de um perfil com estrutura à semelhança de um *curriculum vitae*, onde crescem as recomendações de amigos, bem como a possibilidade de associar ao perfil testemunhos de outros membros da rede, que podem facilitar uma contratação. Para além desta funcionalidade de rede social na quase literal acepção da expressão, o LinkedIn permite também a criação e associação a grupos.

A fácil criação de grupos torna possível criar e encontrar comunidades de interesses específicos, enquanto a participação em discussões no âmbito destes grupos propicia a partilha e obtenção de informação, aumentar o conhecimento sobre tópicos do seu interesse e obviamente, apresentar-se à comunidade como conhecedor ou apenas interessado em dada matéria. No LinkedIn, os grupos

¹ <http://www.linkedin.com>

² "History of LinkedIn." *Sophisticated Edge*. N.p., n.d. Web. March 10, 2013.
<<http://www.sophisticatededge.com/history-of-linkedin.html>>.

enquadram-se numa categorização pré-definida de sete tipos específicos: Antigos alunos (Alumni), Conferencias, Organizações (Corporations), Não lucrativos (Non profit), Networking, Profissional, Outro. Esta precatégorização é limitativa, mas não parece constituir barreira à criação de grupos. No LinkedIn existe controlo sobre o que se partilha, podendo em qualquer altura o utilizador actualizar a informação que disponibiliza. No que se refere à participação em grupos, é possível restringir a possibilidade de acesso público aos grupos em que participa um utilizador.

4 *Laboratórios científicos como “knowledge intensive organizations”*

Os laboratórios científicos são lugares de produção de conhecimento por especialistas, tendo acesso a uma vasta quantidade de recursos (bibliotecas, bases de dados, projectos de investigação) e pessoas (estudantes de doutoramento, professores, investigadores). Para Knorr-Cetina (1999) o conhecimento obtido sobre as culturas epistémicas dos laboratórios é extensível a outros contextos numa sociedade de conhecimento (CHOO, 2007), podendo assim ser vistos como organizações de conhecimento intensivo. Numa abordagem crítica das “universidades como organizações de conhecimento intensivo” Greenwood (2009) inclui nas características das “organizações de conhecimento-intensivo” a capacidade de transferir conhecimento para lá das fronteiras da organização e grupos profissionais que o criaram (aumentando a cadeia de valor do conhecimento produzido num cenário especializado) e a partilha de características com *learning organizations*, nomeadamente a capacidade de “modificar criativamente as suas estruturas, comportamentos e alinhamento com o ambiente” (GREENWOOD, 2009, p.2).

4.1. *Os laboratórios científicos em Portugal*

No âmbito do Sistema Científico e Tecnológico Nacional Português (SCTN), há dois tipos de instituições de investigação com a designação de Laboratório: Os Laboratórios do Estado e os Laboratórios Associados.

Em Portugal existem 9 Laboratórios do Estado (LE) (Fonte: FCT³), “*com o propósito explícito de prosseguir objectivos da política científica e tecnológica adoptada pelo Governo, mediante a prossecução de actividades de investigação científica e desenvolvimento tecnológico e de outros*

³ Fundação para a Ciência e a Tecnologia, <http://www.fct.pt>.

tipos (...), tais como actividades de prestação de serviços, apoio à indústria, peritagens, normalização, certificação, regulamentação e outras." [artº 3º, DL 125/99] e 26 Laboratórios Associados (Fonte: FCT), instituições privadas, sem fins lucrativos, financiadas pelo Governo para desenvolverem investigação científica.

"As instituições particulares de investigação que assumam a forma de instituições privadas sem fins lucrativos e que gozem do estatuto de utilidade pública, bem como as instituições públicas de investigação que não revistam a natureza de laboratórios do Estado, podem ser associadas, de forma especial, à prossecução de determinados objectivos de política científica e tecnológica nacional, mediante a atribuição do estatuto de instituição associada ou laboratório associado." [artº 6º, DL 125/99]

No âmbito do estudo exploratório seleccionámos um LE (LAB1) e um LA (LAB 2), com as seguintes características: O LAB1 é um Laboratório do Estado (LE) que desenvolve investigação nas áreas da Energia e Geologia para responder a necessidades sociais, apoiar políticas públicas e desenvolver o tecido empresarial. Tem cerca de 400 colaboradores, distribuídos por 5 locais a nível nacional, incluindo um espaço museológico. As actividades de investigação deste laboratório são desenvolvidas no âmbito de colaborações e redes nacionais e internacionais em organizações situadas em todos os continentes. O LAB1 desenvolve actividade sistemática na rede social Facebook, de nível organizacional formal. No seu portal organizacional encontra-se visível a ligação para o perfil do Laboratório no Facebook mas não para o LinkedIn, apesar de ter também um perfil nesta rede. Encontra-se presentemente a desenvolver uma estratégia mais abrangente no que toca às redes sociais, no âmbito de um programa para modernização administrativa.

O LAB 2 é um Laboratório Associado que faz investigação na área da Física Experimental de Altas Energias, Astropartículas, Instrumentação, Computação Avançada, e Física Médica. Tem cerca de 180 colaboradores, distribuídos em 3 núcleos a nível nacional. As actividades de investigação deste laboratório são desenvolvidas essencialmente no âmbito de colaborações internacionais em organizações situadas no continente Europeu e Americano, ao abrigo de memorandos de entendimento ou contratos-programa específicos. Partilha ainda recursos humanos e técnicos com um grande número de grupos de investigação em universidades

portuguesas e instituições nacionais, nomeadamente as infraestruturas de computação GRID usadas actualmente por mais de 150 instituições de investigação, de diferentes áreas científicas. Na página web, o LAB 2 não assume nenhuma presença estratégica nas redes sociais. A maior parte da comunicação para o exterior é assíncrona e não interativa. Não oficialmente, ou pelo menos, não visivelmente a nível institucional, o LA2 possui um perfil no Facebook, e uma página LinkedIn à qual muitos dos colaboradores se encontram conectados.

5 *Metodologia: "Agnósticos" e "Estrábicos"*

Na acepção de campo engloba-se *o conhecimento que sobre este é produzido* (BOURDIEU, 2001), incluindo a metodologia e os métodos para o concretizar. Aqui deveríamos particularizar o conhecimento de cariz antropológico para dar conta de como este campo disciplinar tem operado no que nomeámos como infoesfera (FLORIDI, 2004) e que poderemos designar aqui como ecossistema digital, englobando nele todos os media digitais, na sua diversidade e penetração, a nível individual e coletivo, local e global e o conhecimento que deles se produz (COLEMAN, 2010).

As dicotomias que povoam os discursos disciplinares sobre os media digitais, como outros discursos mais ou menos hegemónicos (WISEMAN, 2009), obscurecem outros modos de circulação, translação ou acesso à informação que se tornam progressivamente mais visíveis no aprofundamento etnográfico. De acordo com a revisão “estratégica” de Coleman (2010), a corrente etnográfica sobre terrenos digitais, que se consolida progressivamente a partir dos anos 90, “provincializa” os média digitais, revelando como os terrenos digitais se articulam, de facto, como lugares em vez de “não-lugares” (AUGÉ, 1994), algo que teoricamente não pode ser plenamente antecipado. Nos estudos sobre a ciência, assistira-se à passagem da sociologia mertoniana da ciência para as etnografias do laboratório (Latour B. e Woolgar, S., 1979), que impôs a distinção entre visões normativas e visões empíricas e revelou a ciência como actividade eminentemente social (Knorr-Cetina, K., 1999;). O ordenamento digital do conhecimento científico, nomeadamente no que se pode denominar de *e-science*, vem prolongar o questionamento metodológico necessário para evitar a miopia antropológica: "Uma hiperligação numa base de dados, tal como uma apresentação numa conferência, ou conversa ao microscópio, constitui uma forma de prática científica" (Hine, 2007, online).

Hine (2007) sublinha a necessidade de realizar uma abordagem etnográfica que permaneça *agnóstica* em relação ao fenómeno que estuda:

"Quando se estuda e-science é importante um envolvimento crítico com as afirmações sobre a capacidade transformadora de novas tecnologias e adoptar metodologias que permaneçam agnósticas diante dessas afirmações: Uma abordagem conectiva à etnografia é promissora a este respeito"(HINE, 2007, online)

Trata-se da mesma diferença entre aquilo que se acredita ser o fenómeno e aquilo que é efectivamente, entre uma abordagem normativa e etnográfica. Ou, por outras palavras, as de Augé, trata-se de praticar o "estrabismo metodológico": *Condenado ao estrabismo metodológico, o etnólogo não pode perder de vista nem o lugar imediato da sua observação, nem as fronteiras pertinentes dos seus acessos exteriores.*" (AUGÉ, 1994 p. 122)

Mas como permanecer agnóstico, ou estrábico? Hine propõe essa alternativa, fazendo-nos sair *out of the box*. Virando-se para uma perspetiva global, a etnografia conectiva de Hine procura as mobilidades e as conexões estabelecidas, mais do que a localização de um dado objecto de estudo. Esta perspectiva metodológica enquadra as formas de mediação tecnológica da comunicação, explorando a transposição de fronteiras e barreiras físicas.

A etnografia conectiva consiste ela mesma num cruzamento. Cruza observações *online e offline* e perspectivas analíticas, por um lado assumindo a "necessidade de contacto efectivo com os interlocutores", por outro colocando o problema da "representatividade do grupo escolhido" (AUGÉ, 1994, p.20). No âmbito deste artigo, que explora também a possibilidade de uma etnografia, a abordagem conectiva sugerida por Hine sugere vias para o questionamento dos resultados preliminares. Imaginemos o "hangout", a ferramenta de videoconferência incorporada no gmail, onde a construção deste artigo começou, como (simultaneamente ou à vez?) lugar e não-lugar:

"Na realidade concreta do mundo de hoje, os lugares e os não-lugares confundem-se, interpenetram-se. A possibilidade do não-lugar nunca está ausente de um lugar, seja ele qual for (...) Os lugares e os não-lugares opõem-se (ou interpelam-se) como as palavras e as noções que permitem descrevê-los" (AUGÉ, 1992, p.112).

Embora descorporizadas, interagindo apenas com as imagens umas das outras, às vezes com voz e outras vezes perdendo-a, ficando só com mímica e com o texto que complementa ou substitui a interação vocal, entre ruídos de alguns terminais a perturbar a comunicação, acompanhadas de muito perto ou de longe pelos animais domésticos, interrompendo a chamada para concluir o jantar que se faz ao lume, e que precisa de ser desligado, ou acompanhando com um chá a conversa, cada uma das autoras esteve dentro (das suas casas) e fora (nos ecrãs) diante das outras co-autoras, ao mesmo tempo convidando-as a entrar na sua esfera pessoal e excluindo-as. Imaginemos considerar as redes sociais como o espaço relacional dentro dos não-lugares digitais. Os terrenos digitais atravessados por estas possibilidades relacionais das redes sociais configuram-se como lugares e não-lugares, a divisão não é estanque: "O lugar e o não-lugar são, sobretudo, polaridades esquivas: o primeiro nunca se apaga completamente e o segundo nunca se realiza totalmente - "(AUGÉ, 1992, pp. 84, 85).

5.1 Métodos

Neste artigo apresentam-se os resultados iniciais de um estudo exploratório realizado no âmbito de um projeto mais vasto, (*work in progress*), que estuda a utilização de redes sociais em contextos organizacionais vasto. Escolheram-se os Laboratórios Científicos como terreno experimental por serem organizações de conhecimento intensivo, em que a criação, partilha e uso do conhecimento constituem a sua atividade principal (*core activity*).

O estudo pretende comparar Laboratórios Científicos, identificando espaços sociais e espaços informacionais que se cruzam em contextos organizacionais, questionar o papel, relevância e potencialidades e limitações dos “social media”, o acesso (permitido, estimulado ou mitigado) dos colaboradores às redes sociais nos locais de trabalho e as consequências na socialização e na partilha/criação de conhecimento, nas organizações. O estudo exploratório versou dois Laboratórios nacionais: um Laboratório de Estado (LAB1) e um Laboratório Associado (LAB2). O critério utilizado para a escolha dos 2 Laboratórios foi o da máxima variação (*maximum variation sampling - purposefully picking a wide range of variation and dimensions of interest, PATTON, 1990*), uma vez que se pretendia nesta fase identificar padrões comuns que emergem em condições de variação disciplinar (campos). Assim, foi escolhido um laboratório científico pluridisciplinar com estatuto legal de Laboratório de Estado e outro de cariz específico e mais

homogéneo no que se refere à área de atividade desenvolvida, com estatuto legal de Laboratório Associado (LA), cuja descrição foi feita na secção 4.1.

A rede LinkedIn, foi escolhida, para esta fase exploratória, por constituir uma das principais, ou a mais utilizada “rede profissional de contactos *online*”, como acima se refere (3.1). A recolha de dados foi efetuada na plataforma LinkedIn, que permitiu a consulta e visualização de grupos por organização, de entre os indivíduos que os tornaram públicos/visíveis.

5.2. A informação recolhida.

Dos dados dos colaboradores recolhidos nos perfis de LinkedIn dos dois Laboratórios, apesar de públicos foram anonimizados, tendo sido recolhidos em Fevereiro de 2013. Identificaram-se os Laboratórios tendo-se seleccionado, para cada um deles, todos os indivíduos que indicavam trabalhar para as respectivas organizações (140 perfis visíveis de 184 pertencentes ao LAB1 e 78 perfis visíveis de 98 pertencentes ao LAB2). Desses, seleccionaram-se os primeiros 50 colaboradores de cada um dos Laboratórios, tendo-se registado todos os elementos de afiliação aos respectivos Grupos de que faziam parte, cuja síntese se encontra na tabela a seguir. Embora a dimensão dos dois laboratórios seja diferente, o número de indivíduos foi idêntico para a neutralizar, de forma a possibilitar a percepção de outros factores associados à sua caracterização isolando este aspecto. Do total dos 50 colaboradores de cada um dos Laboratórios, 13 perfis de colaboradores do LAB1 não pertenciam a nenhum grupo ou não os tinham tornado visíveis, ao passo que no LAB2 eram 29 os perfis que não apresentavam afiliações a grupos ou não os tinham visíveis.

Síntese da recolha de dados	LAB1	LAB2
Colaboradores c/ perfil no LinkedIn	184	98
Colaboradores c/ perfil visível	140	78
Colaboradores s/ pertença a grupos	13/50	29/50
Total de grupos de pertença	290	149
Nº médio de grupos p/ indivíduo	6	3
Nº de grupos c/ 2 ou mais colaboradores	40	24
Nº de grupos comuns aos 2 laboratórios	11	

Tabela 1 - Síntese dos dados recolhidos do LinkedIn (Fevereiro de 2013)

Quanto ao total de grupos de pertença, foram registados um total de 290 para o LAB1 e 149 para o LAB2. O número médio de grupos por colaborador no LAB1 foi de 6, sendo este número o dobro do encontrado para o LAB2, com um nº médio de 3 grupos por colaborador. O número de grupos, com dois ou mais colaboradores, encontrado para o LAB1 foi 40 e para o LAB2 foi 24. Foram identificados 11 grupos comuns aos dois Laboratórios. Em termos de tipologia de grupos com dois ou mais colaboradores, de acordo com as sete categorias disponíveis no LinkedIn («Alumni Group», «Corporate Group», «Conference Group», «Networking Group», «Nonprofit Group», «Professional Group» e «Other»), apenas «Corporate Group» e «Conference Group» não foram encontradas (ver gráfico 1).

5.3 Breve análise exploratória

Alguns aspectos sobressaem da recolha exploratória efetuada, nomeadamente:

- a) A homogeneidade dos campos disciplinares poderá estar relacionada com uma menor dispersão por grupos, no LinkedIn, tendo em conta a diferença entre o número médio das pertenças do Lab1 (6) e do Lab2 (3); esta particularidade poderá, por sua vez, resultar de factores de fechamento na partilha de grupos de pertença, entre os elementos de um mesmo laboratório; no entanto, a esta possibilidade não podemos deixar de acrescentar uma enorme dispersão nas pertenças, verificada em ambos os laboratórios, o que poderá pôr esta hipótese em perspectiva e apelar assim a uma análise mais complexa, “explorando a transposição de fronteiras e barreiras físicas” (HINE, 2007, p.), para lá do digital.
- b) Há diferenças substanciais nas categorias dos grupos cooptados, por exemplo quando vemos a diferença nas pertenças a grupos profissionais (Lab1, 54,9%; Lab2, 31,6%). Seria confortável associar as tipologias a campos concretos, o profissional, o campo do poder (networking), o campo cultural (alumni)... simplesmente, se por um lado a divisão está patente, e o cruzamento de pertenças também, por outro lado a denominação das categorias no LinkedIn não é determinante em termos de taxonomia, uma vez que o que uns entendem como «profissional» tem as mesmas características que o que outros entendem como de «networking». Também esta indefinição confirma o cruzamento de campos, mas pede uma

análise qualitativa aprofundada para conhecer as pertenças com maior grau de definição, de acordo com o que esses espaços sociais conjugados representam para os indivíduos;

- c) O Lab2 parece manter uma associação substancialmente maior a grupos de Alumni, o que pede uma análise também mais aprofundada, mas que pode derivar de aspetos como a media de idades dos investigadores, as exigências académicas disciplinares, as práticas e cultura organizacional, alguma componente se mantenha escondida mas que, por exemplo, facilite a mobilidade profissional através da ligação à academia e aos antigos colegas de curso; a ocorrência de um maior fluxo de bolseiros em presença quer habitualmente, quer em alternativa, no momento em que a informação é recolhida;
- d) Particular atenção deve ser dada ao desenho do estudo, nomeadamente no que toca ao posicionamento das próprias investigadoras nas suas redes, que se cruzam e determinam também o que se encontra visível/invisível. A possibilidade de incorporar a noção de palcos de Goffman (*The Presentation of Self in Everyday Life*, 1959) parece oferecer espaço para a discussão das formas como os indivíduos escolhem apresentar-se, nas redes sociais também, pela forma como gerem a visibilidade/invisibilidade a grupos de pertença (por exemplo, prestígio associado à pertença a determinado grupo). Algo que só um estudo de natureza qualitativa poderá ajudar a compreender;
- e) Dado o carácter prescritivo da tecnologia, nomeadamente no que concerne ao condicionamento de acções e comportamentos possíveis, torna-se necessário tornar a infraestrutura em que assentam as redes estudadas visíveis por forma a não confundir padrões de comportamento prescritos pela tecnologia com padrões de comportamentos culturais;

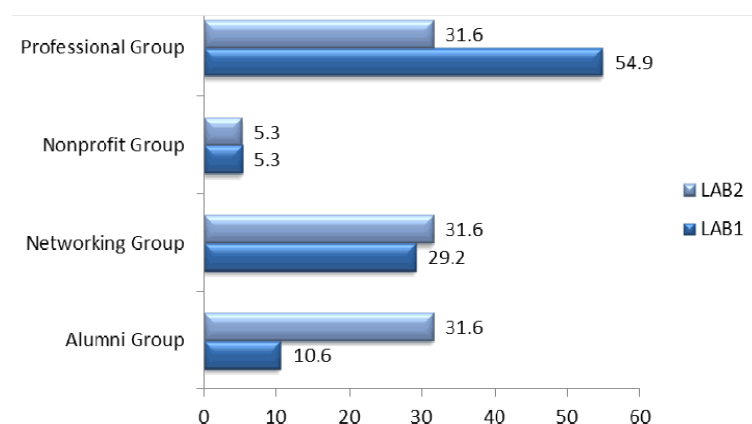


Figura 1 - Síntese dos dados recolhidos: tipologia de grupos, perfis % (Fevereiro 2013, LinkedIn)

7. Referências Bibliográficas

- AGGER, B. **The virtual self: a contemporary sociology**, Malden, Oxford, Victoria: Blackwell Publishing Ltd, 2004.
- AUGÉ, M. **Não-Lugares. Introdução à antropologia da sobremodernidade**. Venda Nova: Bertrand, 1994.
- BERTELSEN, O. W.; BØDKER, S. **Cooperation in a massively distributed information space**, In *Proceedings of the Seventh European Conference on Computer Supported Cooperative Work*, Bonn, Germany, 16-20 September 2001, pp. 1-18, 2001.
- BOURDIEU, P. **Razões práticas: sobre a teoria da acção**, Lisboa: Celta, 2001.
- CALHOUN, C. Pierre Bourdieu, in **The Blackwell Companion to major contemporary social theorists**, MA, Oxford, Melbourne, Berlin: Blackwell Publishing Ltd, 2003.
- CALHOUN, C. Pierre Bourdieu, in **The Blackwell Companion to major contemporary social theorists**, MA, Oxford, Melbourne, Berlin: Blackwell Publishing Ltd., 2003.
- CASTELLS, M. **A sociedade de rede**, Lisboa: Gulbenkian, 2002.
- CASTELLS, M., Part I, The knowledge society: from knowledge to policy, In: CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (Eds.), **The Network Society: from Knowledge to Policy**. Washington, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations, 2005
- CHOO, C-W., Information seeking in organizations: epistemic contexts and contests, **Information Research**, 2007, v. 12, nº2, paper 298. Disponível em: <http://InformationR.net/ir/12-2/paper298.html>. Acesso em: 4 Fev. 2013.
- COLEMAN, G. Ethnographic Approaches to Digital Media. **Annual Review of Anthropology**, v. 39, p. 487-585, Jun. 2010.
- COLEMAN, G.; HILL, M. How free became open and everything else under the sun. **M/C: A Journal of Media and Culture**, v.7, n.3, Jul, 2004. Disponível em: http://www.media-culture.org.au/0406/02_Coleman-Hill.php. Acesso em: 04/02/2013.
- DIJK, J, Van, **The network society: social aspects of new media**, 2nd Ed., London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 2006.
- EASLEY, D.; KLEINBERG, J., Networks, crowds and markets: reasoning about a highly connected world, draft version 13 Fev. 2010, To be published by Cambridge University Press, 2010.
- FISCHER, M. Four genealogies for a recombinant anthropology of science and technology. **Cultural Anthropology**, v. 22, n.4, p. 539-615, 2007.
- FLORIDI, L., A Look into the Future Impact of Ict on Our Lives, **The Information Society**, vol. 23(1), pp. 59-64, 2007.

Joaquina Barrulas, Margarida Cardoso, Mónica Pinheiro e Leonor Valfigueira (2013). Hangout: redes sociais e o cruzamento de campos no contexto organizacional. *Competência em informação: de reflexões às lições aprendidas*. Brasil: NEC-FCI, pp. 225-244. Disponível em formato eBook http://issuu.com/necfci-unb/docs/competencia_em_informacao_de_re/224. [Arquivo de Autor]

GREENWOOD, D. J. Are Research Universities Knowledge-Intensive Learning Organizations? in JEMIELNIAK, D.; KOCIATKIEWICZ, J. (Eds.), **Handbook of Research on Knowledge-Intensive Organization**, Hershey, New York: Information Science Reference., pp. 1-19, 2009.

GRENFELL, M. (Ed.), **Pierre Bourdieu: key concepts**, Trowbridge: Cromwell, 2008.

HEATH, T.; BIZER, C. Linked Data: Evolving the Web into a Global Data Space, In **Synthesis Lectures on the Semantic Web: Theory and Technology**, 1:1, 1-136. Morgan & Claypool, 2011.

HINE, C. Connective Ethnography for the exploration of e-science. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Jan. 2007, v.12, n.2, article 14. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue2/hine.html> Acesso em: 24 Fev. 2013.

JOHNSON, D. On contexts of information seeking. **Information Processing and Management**, 2003 v. 39, n.5, pp. 735-760.

KNORR-CETINA, K.. **Epistemic Cultures. How the Sciences Make Knowledge**. Cambridge, MA:Harvard University Press, 1999.

NECHES, Robert et al (1998), Collaborative Information Space Analysis Tools, **D-Lib Magazine**, 1998.

PATTON, Michael Q. **Qualitative Evaluation and Research Methods**. Newbury Park, California, 1990

PETTIGREW, K.E., Waiting for chiropody: contextual results from an ethnographic study of the information behavior among attendees at community clinics. **Information Processing & Management**, 3(6), 801-817, 1999.

SAVOLAINEN, R. Spatial factors as contextual qualifiers of information seeking, **Information Research**, 11(4), paper 261, 2006.

SCHEK, H. et al., Infrastructure for Information Spaces, In **Proceedings of Advances in Databases and Information Systems: 6th East European Conference, ADBIS 2002**, Bratislava, Slovakia, September 8-11, s/p.

SONNENWALD, D. Evolving Perspectives of Human Information Behavior: Contexts, Situations, Social Networks and Information Horizons in WILSON, T.; ALLEN, D. (Eds.) **Exploring the Contexts of Information Behaviour**, London: Taylor Graham, pp. 176-190, 1999.

SONNENWALD, D. et al. Designing to support situation awareness across distances: an example from a scientific collaboratory. **Information Processing and Management**, 40, pp 989-1011, 2004.

SOUZA, M. C. The future of the structural theory of kinship, in Boris WISEMAN (Ed.), **The Cambridge companion to Lévi-Strauss**, New York: Cambridge University Press, pp. 80-99, 2009.

STAKE, Robert E. (2010), **Qualitative research: studying how things work**, New York, London: The Guilford Press.

THOMSON, P. Field, in M. Grenfell (Ed.) **Pierre Bourdieu; key concepts**, Trowbridge: Cromwell: pp. 67-81, 2008.

Joaquina Barrulas, Margarida Cardoso, Mónica Pinheiro e Leonor Valfigueira (2013). Hangout: redes sociais e o cruzamento de campos no contexto organizacional. *Competência em informação: de reflexões às lições aprendidas*. Brasil: NEC-FCI, pp. 225-244. Disponível em formato eBook http://issuu.com/necfci-unb/docs/competencia_em_informacao_de_re/224. [Arquivo de Autor]

TIERNEY, T., **Collective cognition: neural fabrics and social software**, John Wiley and Sons, pp. 36-37. Acessível em <http://www.greenspine.ca/>. Acesso a 9 Jan. 2006., 2006.

YIN, R. K. **Qualitative research: from start to finish**, New York, London: The Guilford Press, 2011.

*Maria Joaquina Barrulas, Ph.D. Information Management, U. Sheffield, UK

** Margarida Cardoso , MA em Antropologia dos Movimentos Sociais, FCSH-UNL, PT

*** Mónica Pinheiro, MSc Estudos de Informação e Bibliotecas Digitais, ISCTE, IUL, PT

*** Leonor Valfigueira, MSc Estudos de Informação e Bibliotecas Digitais, ISCTE, IUL, PT

Contato:

Maria Joaquina Barrulas,

INESC- INOV

Rua Alves Redol, 9 - 1000-029 Lisboa - Portugal

Joaquina.barrulas@inov.pt

Joaquina@gmail.com