

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE
JANEIRO – UNIRIO**

**CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS – CCH
ESCOLA DE ARQUIVOLOGIA**

DIOGO BAPTISTA PEREIRA

INSTITUIÇÕES ARQUIVÍSTICAS NAS REDES SOCIAIS

RIO DE JANEIRO - RJ
2014

DIOGO BAPTISTA PEREIRA

INSTITUIÇÕES ARQUIVÍSTICAS NAS REDES SOCIAIS

Monografia apresentada para a Escola de Arquivologia da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Arquivologia.

Orientador: Prof. JOSÉ MARIA JARDIM, Dr.

RIO DE JANEIRO - RJ
2014

P436 Pereira, Diogo Baptista.
Instituições arquivísticas nas redes sociais / Diogo Baptista Pereira,
2014.
59f.

Orientador: José Maria Jardim.

Monografia apresentada ao Curso de Arquivologia da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro para obtenção do grau parcial de Bacharel em Arquivologia.

1. Arquivo Nacional (Brasil) 2. Estados Unidos. National Archives and Records Administration 3. Arquivologia. 4. Serviços de informação.

5. Redes de informação. 6. Redes sociais on-line. 7. Facebook (Rede social on-line). I. Jardim, José Maria. II. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (2003-). Centro de Ciências Humanas e Sociais. Escola de Arquivologia. III. Título.

CDD – 025.1714

DIOGO BAPTISTA PEREIRA

INSTITUIÇÕES ARQUIVISTICAS NAS REDES SOCIAIS

Monografia apresentada para a Escola de Arquivologia da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro- UNIRIO como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Arquivologia. Aprovado em ___/___/_____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Maria Jardim
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

IN MEMORIAN do prof. Dr. Ciro Flamarion Santana Cardoso,
um grande exemplo de professor e humildade.

AGRADECIMENTOS

À Deus e ao Universo em primeiro lugar e sempre.

Ao meu orientador professor Dr. José Maria Jardim que acreditou no projeto, norteou e enriqueceu com seus ilimitados conhecimentos na área. Além de ser um profissional que serve de exemplo a todos os arquivistas, é também um grande ser humano, a quem posso considerar um amigo.

À professora Rosale Souza, ao qual me orgulho em ser parte de seu grupo de estudos. Grupo este que invade minha alma de alegria nas manhãs mensais de sábado em discussões teóricas sobre organização do conhecimento, comunicação, linguística, etc.

Ao chefe do Arquivo Central do IPHAN, Hilário Figueiredo Pereira Filho, por ser um chefe com visão progressista, pelo respeito e carinho com que trata seus estagiários.

À Luísa Fontes Staib, chefe da Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas e Sociais da UNIRIO, que numa atitude muito gentil elaborou a ficha catalográfica desta pesquisa.

Aos professores João Marcus Figueiredo e Marcelo Nogueira Siqueira pelo carinho, companheirismo e amizade ao longo do curso.

Às professoras Anna Carla Almeida Mariz e Andressa Furtado (poetiza e arquivista do IPHAN) de quem fui monitor voluntário da disciplina de Classificação de Documentos Arquivísticos.

Aos amigos (em ordem aleatória) do projeto que envolvem o IPHAN, o BNDES e a Fundação Darcy Ribeiro: Ana Maria Araújo de Almeida Teixeira, Ellen, Jorge, Flávio Santos, Patrícia Rodrigues, Felipe Romero, Thays Merolla, Heliana Machado, Marianna Matos.

À Zezé, Sigmar, Felipe, Alberto e Ivan Sardinha pelas boas prosas ao longo de dois anos e meio no IPHAN.

À Fiana Eduardo Azevedo, minha Honey Pie, futura grande arquivista, que também luta por mais reconhecimento ao profissional de Arquivologia e por ser o meu ponto de equilíbrio.

Ao meu pai, que sempre foi um grande incentivador cultural e parceiro de composições de sambas de enredo.

À minha mãe Leila por todo apoio do mundo e carinho, quem amo e devo muito.

“Instituições como arquivos, bibliotecas e centros de documentação adquirem novas vocações, renovam funções que lhe são históricas e superam outras.”
(José Maria Jardim)

RESUMO

Esta monografia surge do interesse de estudar as instituições arquivísticas em uma plataforma nova para muitas delas: as redes sociais. Existem diversas redes de trocas de informações de modo instantâneo e estas não devem e nem podem ser ignoradas pelos órgãos públicos. Para estes, as redes sociais, apresentam-lhes a possibilidade de novos diálogos, trocas de conhecimento, ampliação da comunicação e potencialização de seu acervo ou dados informacionais junto ao usuário/cidadão. Neste trabalho é problematizado o uso do Facebook, serviço privado de rede social, pelos Arquivos Nacionais do Brasil e dos Estados Unidos, instituições arquivísticas públicas de caráter nacional. Foi elaborada uma revisão de literatura sobre aspectos conceituais como virtualidade, informação, acesso e instituição arquivística de modo comparativo. É analisado como essas duas instituições arquivísticas se utilizam de suas páginas na plataforma do Facebook.

Palavras-Chaves: Arquivologia, instituições arquivísticas, redes sociais, Arquivo Nacional, Facebook, informação, acesso, Web 2.0.

ABSTRACT

This paper originates from the interest of studying archival institutions in a new platform for many of them: social networks. There are several networks that instantaneously exchange information that should not and cannot be ignored by public bodies. For them, social networks present the possibility of new dialogues, knowledge exchanges, communication expansion and enhancement of its collection or information along the user / citizen. This work problematizes the use of Facebook, private social network service, by the National Archives of Brazil and the United States - national public archival institutions. A literature review was prepared on conceptual aspects as virtuality, information, access and archival institution. This research is a comparative analysis of how these two archival institutions make use of their pages on Facebook platform.

Keywords: Archival Science, Archival institution, social media, national archive, Facebook, information, access, Web 2.0.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Pessoas anônimas interligadas em laços invisíveis (redes).....	22
Figura 2- Estrutura organizacional do Arquivo Nacional	26
Figura 3- Estrutura organizacional do National Archives and Records Administration.	27
Figura 4- Aplicativo e solicitação.....	31
Figura 5- Aplicativo e informações obrigatórias.....	32
Figura 6- Exemplo de perfil dos fãs.....	34
Figura 7- Informação e alcance.....	35
Figura 8- Exemplo dos dados de alcance de uma página criada no Facebook.....	35
Figura 9- Exemplo de venda para maior alcance da Página.....	36
Figura 10- Campo “sobre” dividido em três partes no Facebook do Arquivo Nacional.	43
Figura 11- Campo “sobre” na página do Facebook do National Archives and Records Administration.....	44
Figura 12- Publicações de terceiros na página do National Archives and Records Administration.	46
Figura 13- Resposta do National Archives and Records Administration.....	47
Figura 14- Resposta do Arquivo Nacional.....	47
Figura 15- Comentário em resposta do National Archives and Records Administration.....	48
Figura 16- Mensagem (privada) em resposta do Arquivo Nacional.....	49
Figura 17- Avaliação da página do Arquivo Nacional.....	51
Figura 18- Eventos do National Archives and Records Administration.....	52

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Estatísticas do National Archives and Records Administration no Facebook.....	50
---	----

LISTA DE SIGLAS

AN Arquivo Nacional do Brasil

CIA Conselho Internacional de Arquivos

NARA National Archives and Records Administration

SECOM Secretaria de Comunicação da Presidência da República

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 INFORMAÇÃO E ACESSO	16
2.1 INFORMAÇÃO.....	16
2.2 ACESSO.....	17
3 VIRTUALIZAÇÃO E REDES SOCIAIS	19
3.1 VIRTUAL.....	19
3.2 REDES SOCIAIS.....	20
4 INSTITUIÇÕES ARQUIVÍSTICAS	24
4.1 ARQUIVO NACIONAL DO BRASIL.....	24
4.2 NATIONAL ARCHIVES AND RECORDS ADMINISTRATION.....	26
5 FACEBOOK	28
5.1 HISTÓRICO.....	28
5.2 PLATAFORMA E USO DE DADOS INFORMACIONAIS.....	30
6 ANÁLISE DOS DADOS	38
6.1 RESULTADOS OBTIDOS DA ANÁLISE.....	42
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
REFERÊNCIAS.....	59

1 INTRODUÇÃO

Cada dia mais se torna relevante e essencial ter acesso à internet e a um computador, pois é um meio que permite acesso à diversos tipos de informação. É através dos mesmos que fazemos inscrições em concursos, trabalhamos em escritórios, enviamos e recebemos mensagens, acompanhamos processos jurídicos, etc. Porém, o computador e a internet podem ir além, pois podem ser carregados na mão através de ultrabooks, tablets e smartphones¹.

Muito se fala e se debate sobre temas que se não nos foram apresentados em telejornais, jornais ou sítios eletrônicos provavelmente circularam nas redes sociais. A internet deixou de ser apenas um canal em que o mensageiro se comunicava com o receptor para que o receptor também se tornasse mensageiro. Nos últimos anos, constituiu-se também um espaço mais amplo para debater e discutir ideias e opiniões.

Movimentos que começaram no final de 2010 (com a alcunha de “Primavera Árabe”) contra governos chamados de autoritários e que atingiram países como o Egito, a Tunísia, Líbia, Sudão, Iêmen, Jordânia, Argélia, Marrocos, entre outros. Eles tiveram como resultado grandes protestos que variaram de acordo com os locais, desde deposição de governos, mudanças constitucionais, guerra civil, renúncia e reformas políticas. As notícias e organizações para os atos contra os Estados se deram, principalmente e com grande força, através das redes sociais, como o Facebook, Twitter e YouTube. Por este motivo, muitos líderes tentaram bloquear o acesso a essas redes. Alguns chegaram a cortar a comunicação.

Em junho de 2013, o Brasil também passou por manifestações populares, quase em sua totalidade convocada através de publicações no Facebook. Elas ressaltaram a importância que as redes sociais tiveram em conquistas como a promessas de reformas e ganhos da voz da população. Tudo isso foi facilitado pelo uso do Facebook, Twitter, YouTube, entre outros. Portanto, não há como negar que atos que poderiam passar como pequenos ou despercebidos ganham grande repercussão através dessas redes de comunicação, pois já há um público cativo que utiliza diariamente essas redes e tem opinião própria para debater, compartilhar, disseminar, promover e criar grupos unindo sujeitos com afinidades em comum.

Percebendo a força de comunicação dessas redes, é um objetivo deste trabalho analisar se as instituições arquivísticas vêm se apropriando dessa ferramenta para disseminar o acesso, informar e atrair o usuário. Os objetivos específicos são: mapear o estágio evolutivo de

¹ Ultrabooks, smartphones e tablets funcionam como espécies de computadores portáteis. Eles dão a possibilidade de acessar à internet sem precisar estar conectado à uma tomada.

inserção nas redes sociais pelas instituições arquivísticas selecionadas; analisar a aplicação da ferramenta Facebook e quais dados sobre os usuários ela pode fornecer aos arquivos nacionais.

A escolha do tema se deu por conta da escassez de trabalhos, especialmente no Brasil, com essa temática no campo arquivístico. Através deste trabalho foi possível decorrer sobre acesso à informação, documento virtual, difusão, relação com o usuário, etc. Abordou-se a função social dos arquivos e como a instituição arquivística pode se beneficiar das redes sociais, em especial o Facebook.—Levanta-se assim uma questão: como as instituições arquivísticas fazem uso de: a) redes sociais b) Facebook?

Foram selecionados dois arquivos nacionais para um estudo comparativo: as instituições arquivísticas do Brasil (Arquivo Nacional) e dos Estados Unidos (National Archives and Records Administration). O Arquivo Nacional, por se tratar da principal instituição arquivística brasileira. A escolha do segundo se deu por ser um representante da Arquivologia anglo-saxônica e referência internacional de gestão arquivística, com grande quantidade de material digitalizado e também por ter um manual de orientação nas redes sociais. A página eletrônica² dos dois arquivos são diferentes em muitos aspectos: quantidade de links para outros arquivos e instituições públicas, quantidade de informações, ligações com outras redes sociais (sendo ou não do próprio arquivo), etc. Isso tudo pode ser fruto de investimento e recurso financeiro para a manutenção e espaço de armazenamento da página. O Facebook, de certa forma, iguala essas diferenças em termos tecnológicos, pois propicia condições iguais de possibilidades de publicações. Vale lembrar que é uma igualdade relativa, já que o Facebook oferece a possibilidade de venda de publicações para que alcance um público maior.

O Arquivo Nacional do Brasil (AN) é mais antigo, criado em 1838 e estava previsto na Constituição outorgada de 1824. O Arquivo Nacional dos Estados Unidos (NARA) foi criado em 1934.

O Arquivo Nacional do Brasil (AN) recebeu, no ano de 1960, um arquivista do *National Archives and Records Administration (NARA)*, Thodore R. Schellenberg³, para realizar uma consultoria. Nas palavras de José Honório Rodrigues (2006, p.15):

Quando fui diretor do Arquivo Nacional (1958-1964), uma das primeiras iniciativas

² Página eletrônica é parte integrante de um sítio eletrônico. O sítio é o local que reúne diversas páginas eletrônicas que assim formam o portal.

³ Doutor em História em 1934, iniciou seu trabalho no NARA em 1935 e foi arquivista-assistente (sub-diretor do Arquivo) entre 1957-1963.

foi procurar trazer ao Brasil Theodore R. Schellenberg, o mestre americano da arquivística {...} Eu não queria menos, sabia quem ele era, e queria que ele viesse e me aconselhasse sobre os problemas do Arquivo Nacional.

Se o Schellenberg um dia foi um elo de aproximação entre as duas instituições, este trabalho apresenta um ponto em comum das instituições: o Facebook como ferramenta de divulgação do acervo e da instituição. A partir do sítio eletrônico⁴ de cada instituição vimos que elas permitem ligações com as redes sociais. O Arquivo Nacional dos Estados Unidos utiliza o termo Web 2.0 e *social media* ao apresentar a sua lista de redes sociais, ao todo 15, e pedir: "Please visit us often to see NARA's expanding Web 2.0 and social media projects." (NATIONAL ARCHIVES AND RECORDS ADMINISTRATION, 2014g). No sítio do Arquivo Nacional do Brasil aparece na parte superior (barra de ferramentas) de sua página principal os logotipos do Twitter e do Facebook.

Cada vez mais as redes sociais têm sido utilizadas como campo de informação e divulgação de instituições arquivísticas. Para algumas pessoas, através das redes sociais, pode ocorrer o primeiro contato com uma instituição arquivística. A inserção dessas instituições nesse novo campo virtual apresenta uma extensão além do espaço físico.

A difusão nas redes sociais é abrangente e, portanto, através delas uma publicação pode ser compartilhada no mesmo instante em todo o mundo. Tomamos o verbo "publicar" no sentido de tornar público as informações. O servidor que posta algo nessas redes, representando a instituição, tem que ter responsabilidade e aval, pois a informação passa a ter a "assinatura" da instituição.

Esse trabalho recorre a uma característica da Arquivologia contemporânea que é a de dialogar com outras áreas do conhecimento. Nesse caso, além da Arquivologia, áreas como a Ciência da Informação, Computação e Filosofia.

Esta trabalho começa apresentando algumas noções e significados para o termo "informação" e acesso. Foi feita uma revisão de literatura desses assuntos. A segunda seção traz uma discussão sobre o que é virtual, o que significa a Web 2.0 e redes sociais. Na terceira foi apresentada as instituições arquivísticas e suas respectivas trajetórias e estruturas. Logo após foi analisada a plataforma Facebook: seu histórico, alcance, críticas e principalmente a criação de uma página e que dados o criador desta pode obter. Na quinta seção foi feita a comparação das páginas no Facebook do AN e NARA sob uma perspectiva arquivística, e por último as considerações finais desta pesquisa.

⁴ Espaço virtual que reúne várias páginas eletrônicas e que formam o sítio eletrônico.

2. INFORMAÇÃO E ACESSO

2.1 INFORMAÇÃO

Muito difícil dar um único significado para a palavra “informação” devido às suas diversas facetas e entendimentos diferentes nas mais diversas áreas do conhecimento. O conceito/aplicação de informação é diferente na Arquivologia, na Ciência da Informação, na Filosofia, na Biblioteconomia, etc.

O termo “informação” é polissêmico e varia segundo as áreas do conhecimento. A informação é importante no fluxo, entendimento e organização de uma empresa. É o seu redutor de incertezas. Uma busca em movimentos e ações ocorridas no passado pode ser um guia de tomadas de decisões futuras. “(...) a informação constitui uma mercadoria vital para a empresa (...)” (COUTURE; ROUSSEAU, 1998, p. 63) Em se tratando de instituição pública, para Schafer e Lima (2013) “a informação produzida e [...] custodiada, nestas unidades, são reflexo do caráter público e social, que vem servir ao coletivo (...)”

Partimos do pressuposto que informação orgânica e informação não-orgânica são noções dentro da arquivologia, ou seja, ainda tem que ser mais debatidas e discutidas. Entre outras palavras, essa compreensão não é um consenso na área arquivista.

Informação orgânica é ligada à atividade-fim da instituição. A não-orgânica é externa à organização e, “portanto, não é vinculada à missão da organização na qual se atua (...)” (VALENTIM, 2012). Essa compreensão não é um consenso na área. Valentim (2012) corrobora com Couture e Rosseau na concepção dessa noção, porém não cita a informação verbal como uma espécie de informação não-orgânica (podendo esta ser interna e externa), ou seja, a informação vinculada no veículo vocálico, não registrado em nenhum suporte.

Para Mariz (2012, p.12) “a informação arquivística, também chamada informação registrada orgânica, se refere a documentos produzidos por um organismo (indivíduo ou instituição) em decorrências de suas atividades ao longo de sua existência.”

Com mais pessoas aderindo à internet temos: mais informação fluindo, mais comunicação. O processo ocorre como um ciclo: Pessoas – Comunicação – Informação – Documento – Comunicação– e– pessoas, comunicação, informação, etc. (SILVA, 1975)

No actual contexto , torna-se evidente que a organização que dispõe mais rapidamente das melhores informações, pouco importando sua proveniência, o seu suporte ou tipo (livros, revistas, documentos de arquivos, banco de dados, etc.), é a que alcança maior *performance* e maior competitividade”(COUTURE; ROUSSEAU, 1998, p.62)

O documento deixou de ser apenas físico (papel) e passou a também ser digital. O mesmo só existe se tiver uma informação contida nele, caso contrário não é um documento. Porém, essa informação não está restrita a um documento produzido no Word ou Libre Office, mas está em todas as partes: outdoors, revistas, jornais, propagandas, televisão, rádio, e a internet. E é nessa última que o nosso objeto de análise está inserido.

Afinal o que buscamos não é o documento em si, pois este é uma informação registrada num suporte. O que nos interessa é a informação, gerenciada arquivisticamente por ter um suporte, mesmo ele sendo um documento digital. O HD, o CD, o DVD são alguns tipos de suporte de um documento digital. Numa restauração ou conservação a ideia é recuperar/manter a informação e também o suporte, se necessário e possível.

2.2 ACESSO

O “Dicionário Brasileiro de Terminologia Arquivística” elaborado pelo Arquivo Nacional (2005, p.19) define acesso como: “1 Possibilidade de consulta a documentos e documentos informações. Informações; 2 Função arquivística destinada a tornar acessíveis os documentos e a documentos promover sua utilização.”

O Conselho Internacional de Arquivos (CIA) publicou em 2012, dez Princípios de acesso aos arquivos, entre eles está o item 3 “Instituições custodiadoras de arquivos adotam uma abordagem proativa para acesso”, ou seja que as instituições procurem difundir os acervos, que ela ofereça antes do usuário buscar ou pedir.

Os arquivistas têm a responsabilidade profissional de promover o acesso aos arquivos. Eles divulgam informação sobre os arquivos utilizando vários meios, como a internet e publicações na web, documentos impressos, programas públicos, meios comerciais e outras atividades de alcance. Eles devem estar continuamente atentos a mudanças nas tecnologias de comunicação e usam aquelas que são disponíveis e práticas para promover a divulgação dos arquivos. (ACERVO:REVISTA DO ARQUIVO NACIONAL, 2012, p.172)

Quanto mais a lei permitir o acesso aos arquivos e informação, mais será transparente a relação entre Estado e cidadão, como deve ser em um governo democrático. A Suécia foi o primeiro país a ter uma lei específica para acesso à informação, isso em 1766. A Colômbia foi a primeira da América Latina (1888). Os Estados Unidos implementaram a Lei de Liberdade de Informação (FOIA- Freedom of Information Act) em 1966. Porém, esta passou por diversas emendas para se adequar ao contexto político/social do país. O Brasil veio ter a sua lei em 2011 e regulamentada em 2012.

Fatores culturais, políticos, econômicos, sócias interferem na vontade de fazer, aprovar e promulgar uma lei, seja ela qual for, principalmente se forem abertos documentos que possam comprometer algo ou alguém, como por exemplo, os documentos da época do regime militar no Brasil ou de diversas decisões diplomáticas envolvendo assuntos de relações exteriores, guerras, espionagens, etc.

Outros princípios adotados, como uma base internacional de referência aos arquivos, pelo CIA também têm uma ligação (in)direta com a proposta deste projeto, tais como: “condições de acesso igualitárias e justas” (CONSELHO INTERNACIONAL DE ARQUIVOS , 2012) e que as instituições custodiadoras tornem públicas a existência dos arquivos e das restrições de acesso dos mesmos. E cada vez mais esse acesso vem passando a se dar também pelo meio virtual. Seja na resposta ou solicitação por correio eletrônico, pelo sítio eletrônico e/ou pelas redes sociais.

Algumas hipóteses norteiam atualmente o debate em torno do acesso à informação:

As atuais tecnologias da informação fomentam um 'espaço virtual' com funcionamento e características próprias que produzem novas configurações de produção, fluxo e acesso à informação;

A Internet é um não-lugar, um fluxo multimídia incessante, rompendo com a linearidade da escrita e tendo como principais características a mutação e a multiplicidade;

O conceito de "lugar" torna-se secundário para o profissional da informação e para os usuários onde a informação se encontra não é o mais importante e sim o acesso à informação;

A ênfase na gestão da informação desloca-se do acervo para o acesso, do estoque para o fluxo da informação, dos sistemas para as redes; [...]

Instituições como arquivos, bibliotecas e centros de documentação adquirem novas vocações, renovam funções que lhe são históricas e superam outras;

Sob a banalização das tecnologias da informação, os usuários (aos menos os não excluídos do acesso às tecnologias da informação), produzem novas demandas aos arquivos, bibliotecas, centros de documentação e provocam a realocação ou supressão de fronteiras que demarcam tais espaços;

Emergem espaços informacionais virtuais (bibliotecas, arquivos. etc.) cuja existência, longe de excluir as instituições documentais tradicionais, sugere-lhes novas possibilidades de gestão da informação.(JARDIM, 1999)

Desde o final do século passado já se falava em acesso por meios eletrônicos e digitais. Mostra-se portanto a importância, o longo debate sobre o tema e a necessidade de expandir os meios de acesso aos arquivos democratizando informações e conteúdos dos mais variados informes.

3- VIRTUALIZAÇÃO E REDES SOCIAIS

3.1 VIRTUALIZAÇÃO

Lèvy (1996) desfaz a ideia do senso comum de que o virtual se opõe ao real, quando na verdade, para ele, o virtual se opõe ao atual. “Virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes.” (LÈVY, 1996, p.15). O virtual é real, porém não físico como uma caneta, um caderno, mas ele existe. Ele discrimina as diversas formas de virtualização, entre elas: do texto, economia, linguagem, inteligência e do corpo.

Para o autor, nosso modo de levar a vida foi atingido pelas tecnologias, um movimento geral de virtualização, tanto no lazer, na informação e no trabalho. A globalização é um retrato desse modo de vida, assim como a internet, prova real (virtual) da globalização. Assim fica mais claro a ideia de que o virtual é real ou um outro campo para ele, como nos meios digitais.

As pessoas se comunicam, se encontram (virtualmente) conversam, trocam ideias, sem haver um espaço físico para tal encontro. “A virtualização inventa uma cultura nômade[...] fazendo surgir um meio de interações sociais onde as relações se configuram com um mínimo de inércia.” (LÈVY, 1996, p. 20-21). O espaço virtual é uma possibilidade de extensão do “corpo” das instituições.

No espaço virtual ou ciberespaço, não há fronteiras geográficas, “não é mais nem um ponto de partida, nem uma coerção. [...] se desterritorializam”. (LÈVY, 1996, p.20-21). Ainda para o Lèvy (1996, p.41), o “computador é, portanto, antes de tudo um operador de *potencialização da informação*.”

Partindo da premissa que virtualização existe como potência e não atualização, este trabalho sugere que virtualização do papel é o documento digital, ou seja existe como potência, mas não fisicamente⁵.

O Arquivo Nacional no “Dicionário Brasileiro de Terminologia Arquivística” (2005, p.75) define documento digital como “documento codificado em dígitos binários, acessível por meio de sistema computacional. Ver também documento eletrônico.” O Glossário de Documentos Digitais (CONARQ, 2010, p. 2), diferente de parte da literatura internacional arquivística, entende que, documento digital é uma categoria de documento eletrônico:

⁵ Fisicamente, nesse caso, como algo tátil e passível de leitura sem recursos eletrônicos .

[...] **Documento digital**- Informação registrada, codificada em dígitos binários, acessível e interpretável por meio de sistema computacional. (I) Digital document. **Documento eletrônico**- Informação registrada, codificada em forma analógica ou em dígitos binários, acessível e interpretável por meio de um equipamento eletrônico. (I) Electronic document. (CONARQ, 2010, p.13)

Na primeira versão, em 2004, o glossário indicava, inclusive, exemplos de documentos digitais:

São exemplos de documentos arquivísticos digitais: textos, imagens fixas, imagens em movimento, gravações sonoras, mensagens de correio eletrônico, páginas web, bases de dados, dentre outras possibilidades de um vasto repertório de diversidade crescente. V. Tb. Documento arquivístico. (CONARQ, 2004, p.7)

O documento digital traz algumas preocupações como: autenticidade, organicidade, confiabilidade e unicidade. Por outro lado, facilita e muito a acessibilidade. Outras questões só o tempo poderá responder. Como, por exemplo: a preservação e guarda desses documentos eletrônicos ou digitais. De quanto em quanto tempo precisaremos reformatar esses documentos? Quem o fará? Teremos a opção da emulação? São vários os questionamentos e as recomendações. Com o documento na internet a preocupação fica mais visível no caso da possibilidade baixar algum documento em um formato que possa ficar obsoleto, por isso cada vez mais incentiva-se o uso de Software livre. O Facebook, por ser uma empresa privada pode decidir encerrar suas atividades, vender seu patrimônio sem a necessidade do consentimento de pessoas/ empresas com perfil ativo nessa rede.

3.2 REDES SOCIAIS

O conceito de Web 2.0 (termo cunhado por Tim O'Reilly⁶), surgiu em 2004 numa conferência organizada por O'Reilly e MediaLive, foi consolidado ao longo do tempo, mas não é ainda aceito por todos. Berners-Lee⁷ (2006) discorda da ideia de uma atualização da Web, ou seja, é contra o termo Web 2.0, que sugere ser uma versão mais avançada da rede. Ele entende que a conexão entre pessoas sempre fez parte do projeto da Web e cita como exemplo a troca de e-mails como conexão entre indivíduos. Ele deixa isso claro numa entrevista para a IBM em 2006 quando diz que a Web 1.0 também se tratava de conectar pessoas, que também era um espaço interativo e que a Web 2.0 é um termo que ninguém sabe

6 Fundador da empresa O'Reilly Media (www.oreilly.com). Criador do termo Web 2.0.

7 Ele é considerado o criador/idealizador da World Wide Web (www-internet)

o que significa ou quer dizer.

Os defensores do termo Web 2.0 consideram-na uma espécie de atualização do início da internet, uma versão aprimorada, onde há interoperabilidade. Robredo (2010) aponta alguns a veem:

Web 2.0 é vista por alguns como uma segunda geração do desenho e da evolução da Web, que facilita a comunicação e o compartilhamento da informação, a interoperabilidade e a colaboração, com a subsequente proliferação de redes comunitárias e sociais, hospedagem de serviços e aplicações, compartilhamento de vídeos, wikis, blogs e folksonomias. (ROBREDO, 2010, p.16)

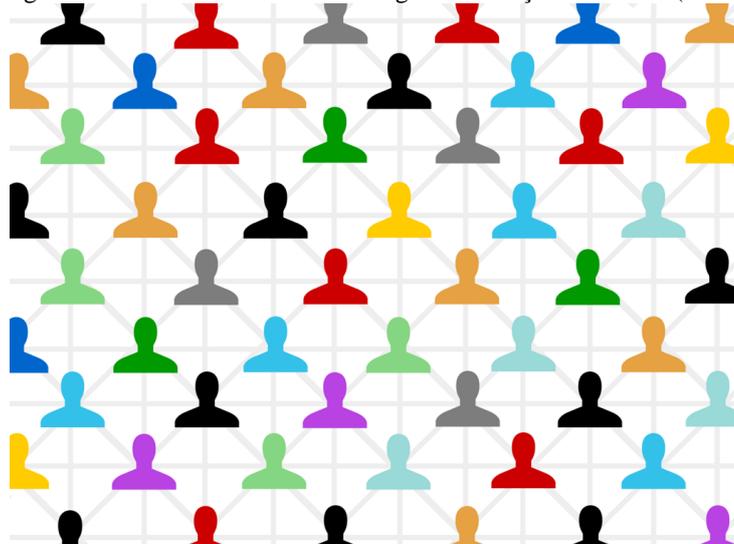
A internet possibilitou uma rede de comunicação entre pessoas através de códigos binários. A noção de rede, assim como a informação, percorre também diversas áreas acadêmicas. “Redes” aparece na Sociologia, na Antropologia, na Filosofia, na Comunicação, na Geografia, entre outras chegando à Tecnologia da Informação. Acioli (2007, p.3) aponta que “trabalhar com a idéia de redes significa trabalhar de forma articulada com a idéia de informação” e que a noção de redes/ redes sociais nasceu na Antropologia Social. O estudo das redes começou no início da década de 1970, isso ocorreu “quando antropólogos e sociólogos buscaram compreender como os indivíduos estão conectados uns aos outros e como essas afiliações servem como uma ‘cola’ ou mantêm o significado da vida social.” (LOPES; BALDI, 2009, p. 1011).

Se pensarmos em uma rede de pesca teremos a imagem de fios ligados uns aos outros com nós, feito uma rede de futebol. Se pensarmos nesses nós como pessoas/indivíduos teríamos uma ideia de linhas ligando a outras pessoas. Porém, a imagem de uma teia seria mais apropriada se quisermos representar graficamente. “Geralmente as unidades de uma rede são representadas graficamente por pontos, e as relações por linha [...] está ligada a outras por laços invisíveis[...].” (ACCIOLI, 2007, p. 5-6).

Esses laços invisíveis interligam pessoas de bairros, cidades, estados, países e/ou continentes diferentes. Usualmente essas aproximação (entre desconhecidos fisicamente) se dá por gostos, causas, entretenimento e interesses em comum. Um encontro inimaginável fisicamente pode ocorrer por laços invisíveis de uma rede social virtual e a partir daí até uma relação social física. Marteleto (2001, p. 72) usa a seguinte definição para redes sociais:

[...]sistema de nodos e elos; uma estrutura sem fronteiras; uma comunidade não geográfica; um sistema de apoio ou um sistema físico que se pareça com uma árvore ou uma rede. A rede social, derivando deste conceito, passa a representar um conjunto de participantes autônomos, unindo idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados.

Figura 01 – Pessoas anônimas interligadas em laços invisíveis (redes)



Fonte: Gráfico elaborado pelo próprio autor.

Pouco adiantaria disponibilizar arquivos, imagens de acervos, se não houvesse um público para consultar. Antes de publicar nas redes sociais, seria bom se as instituições soubessem ou tivessem uma ideia do perfil de seu usuário e o que ele costuma a pesquisar. Suponhamos que uma instituição arquivística decida abrir seus acervos de documentos que não são mais secretos em meios eletrônicos (sítio, blogs e/ou redes sociais), provavelmente encontrará um grupo de usuários pesquisando e até utilizando da informação disponibilizada no espaço virtual. Um público antes restrito (seja por costume, localidade, interesse, dentro outros motivos) se amplia defronte as possibilidades de acesso que antes poderiam estar limitadas por barreiras geográficas, econômicas e temporal do pesquisador.

Le Coadic (1996 apud DIAS; PIRES, 2004, p.10) aponta que as necessidades das pessoas buscarem informação se dá através: da necessidade humana, de querer conhecimento, do desejo, das demandas e do uso.

O fato de disponibilizar dados na rede não significa que o usuário deixará de ir ao local e manusear fisicamente o documento. Portanto, é essencial que o profissional da área (arquivista) conheça “a demanda de seus usuários e de que maneira eles buscam as informações, antes de elaborarem projetos que envolvam tecnologia e processos que necessitem de mobilização de recursos humanos e financeiros.” (OLIVEIRA, 2006, p.45)

Entendemos que um dos fundamentos para o desenvolvimento desse processo de comunicação deve prever a inserção do usuário Não só como receptor dos conteúdos elaborados pelo arquivista, mas como um agente essencial com a possibilidade de interferir na política de descrição e difusão adotadas nas unidades organizacionais arquivísticas. (OLIVEIRA, 2006, p.58)

Um usuário com diplomação em medicina não tem o conhecimento da área de Arquivologia, fato. Então de que adianta utilizar apenas padrões arquivísticos se o usuário tiver um mínimo de intimidade com a ferramenta que será utilizada? Pode não ser do interesse de um usuário saber de termos arquivísticos para sua busca, pois este poderia nada entender e ficar perdido.

A motivação para realizar estudos de usos e usuários decorre de inúmeros fatores, entre os quais se destacam-se:

- o usuário deve ser visto como a razão fundamental dos serviços de informação;
- subsidiar o processo de planejamento e avaliação de sistemas de informação e a elaboração de relatórios e projetos;
- verificar a satisfação das necessidades dos usuários por parte do serviço de informação
- conhecer a natureza e o conteúdo da informação necessitada (variável e complexa; diferem na essência bem como na forma);
- para planejar adequadamente o desenvolvimento de coleções e o compartilhamento de recursos informacionais;
- dimensionar a demanda futura para diminuir o nível de incerteza bibliográfica no momento da seleção do material. (DIAS; PIRES, 2004, p.13)

Disponibilizar informações na rede pode trazer novos usuários e pessoas que buscavam determinadas informações e não sabiam onde procurar/achar. Pode enriquecer um trabalho acadêmico, escolar, profissional. Segundo Mc Laughlin (2003 apud OLIVEIRA, 2006, p.64), a maioria das pessoas (pesquisadores) não gostam de ler manuais para aprender a utilizar o método de busca. Este deve ser intuitivo.

Segundo Cook (2001), o usuário dos arquivos deve fazer parte do processo de comunicação. Suas necessidades devem ser observadas e os instrumentos de recuperação devem ser elaborados com essa perspectiva: atender ao usuário. A descrição dos acervos e seus pontos de acesso não podem ser mais elaborados no âmbito da visão dos arquivistas, forçando os usuários a se adaptarem. (OLIVEIRA, 2006, p. 67)

O pesquisador quer encontrar e quer que seja facilitada a busca. Uma interface limpa, com dados essenciais, campo para preenchimento de busca de termos (daí uma grande importância e cuidado que o arquivista deve ter ao indexar termos), são alguns dos elementos que não podem faltar. De nada adianta ter tudo isso se não tiver qualidade na indexação ou na digitalização, por exemplo. A ideia é que o próprio consiga achar as informações que tanto procura sem ter que consultar uma manual de procedimento.

4 INSTITUIÇÕES ARQUIVÍSTICAS

As instituições arquivísticas “nascem associadas à invenção do Estado Nacional e a necessidade de uma memória nacional que desse suporte à nacionalidade como componente ideológico do Estado burguês nascente” (JARDIM, 2011).

Em 12 de setembro de 1790, ano seguinte da Queda da Bastilha, símbolo da Revolução Francesa, é criado o Arquivo Nacional da França. Jardim (2011) aponta que o “surgimento das instituições arquivísticas, como hoje indentificamos, iniciou-se com a criação, em 1790, do Arquivo Nacional da França.”

No Antigo Regime (Absolutista) não havia um arquivo centralizado. Os documentos da Câmara de Contas da Chancelaria, da Secretaria dos Negócios Estrangeiros e do Parlamento ficavam em depósitos individuais. Porém, em 25 de junho de 1794 é especificado a função do Arquivo Nacional da França, entre elas: centralizar os arquivos da nação, necessidade de uma rede nacional de arquivos, acesso gratuito aos cidadãos. (ARCHIVES NATIONALES, 2014).

A noção de instituição arquivística pública deste trabalho está pautada na considerada por Jardim (2011):

[...] aquelas organizações cuja atividade-fim é a gestão, recolhimento, preservação e acesso de documentos produzidos por uma dada esfera governamental (ex. o Arquivo Nacional, os arquivos estaduais e os arquivos municipais).

4.1 ARQUIVO NACIONAL DO BRASIL

É criado pelo regulamento n.2, de 02 de Janeiro de 1838, o Arquivo Público do Império. O objetivo para sua criação era guardar os documentos públicos do Império brasileiro. Estava dividido em três seções: Administrativa, Legislativa e Histórica. Essas seções foram se modificando e ampliando ao longo dos anos. Em 1876, por exemplo, as seções foram reorganizadas em Legislativa, Administrativa, Judiciária e Histórica. Também passou a ser estabelecidos prazos para o recolhimento de documentos. Os documentos importantes nas províncias eram recolhidos pelo agente auxiliar do diretor. Até o Parlamento compromete-se em enviar os atos legislativos e administrativos originais para a guarda e conservação do Arquivo Público do Império.

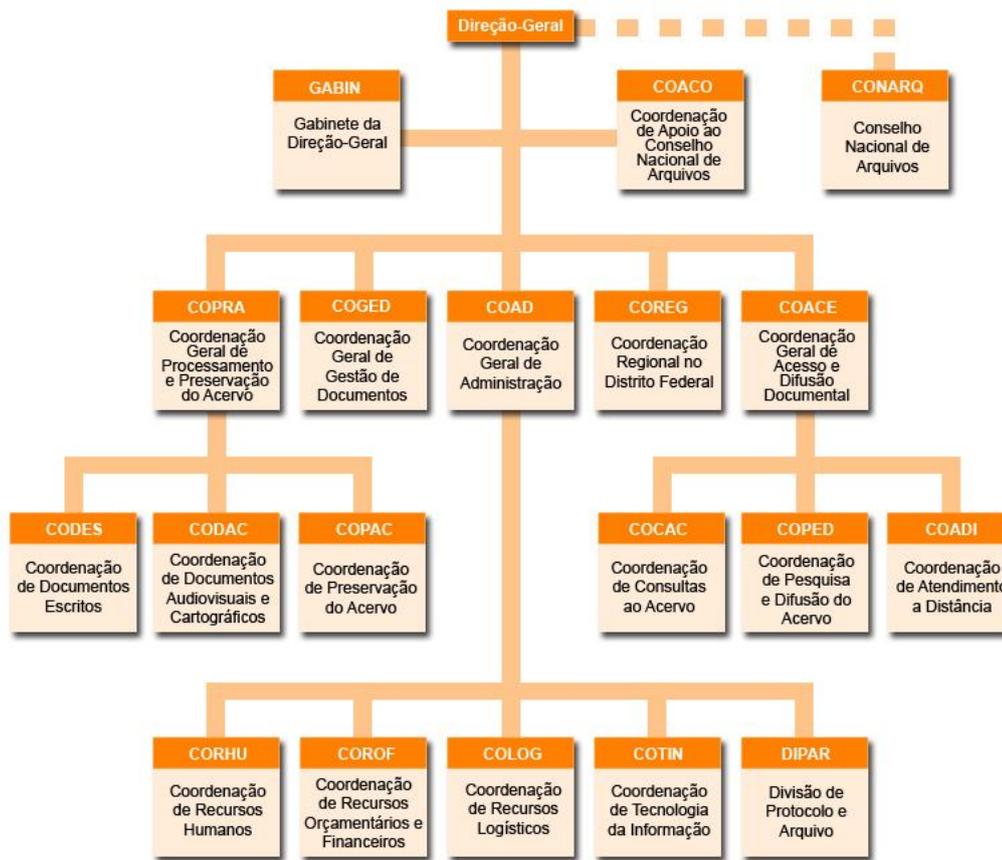
Em 1889, em 15 de novembro, ocorre a Proclamação da República, e com isso em

1893 o Arquivo Público do Império tem seu nome alterado para Arquivo Público Nacional. Dezoito anos mais tarde, em 1911, passa a se chamar Arquivo Nacional, como é atualmente.

O Arquivo Nacional é subordinado ao Ministério da Justiça e tem sede no Rio de Janeiro com coordenação regional em Brasília. O seu acervo possui aproximadamente: 1 milhão e 400 mil fotografias e negativos; 55 km de documentos textuais; 124 mil rolos de película cinematográfica; mais de 44 mil documentos cartográficos (mapas, plantas e cartas náuticas); 20 mil ilustrações; 15 mil diapositivos; mais de 11 mil itens de arquivo sonoro (discos, fitas de áudio, gravações, etc); mais de 8 mil coleções de livros raros, 4 mil caricaturas, 3 mil cartazes, mil cartões postais, 300 gravuras e 200 álbuns fotográficos. (ARQUIVO NACIONAL, 2014b)

Assim como o NARA ele possui documentos anteriores à sua fundação, como exemplo: documentação do Império Ultramarino Português, documentos trazidos pela corte do Príncipe Regente D.João VI e a Lei Áurea.

Figura 2 - Estrutura organizacional do Arquivo Nacional



Fonte: ARQUIVO NACIONAL, 2014

4.2 NATIONAL ARCHIVES AND RECORDS ADMINISTRATION

O National Archives Records Administration foi criado durante a gestão do presidente Franklin Delano Roosevelt, em 19 de junho de 1934. Em maio de 1926 o Congresso estadunidense já havia aprovado a construção de um edifício para salvaguardar os arquivos do Estado, tendo início da construção em 1932 e o edifício pronto em 1937. Os Estados Unidos estavam se recuperando da maior crise do capitalismo mundial conhecido como “Crise de 29”. Apesar de criado em 1934 o NARA possui documentos muito anteriores à sua criação, dentre eles: o tratado de compra do território da Louisiana (1803), declaração de independência dos Estados Unidos (1776), a Constituição do país (1787) e a Declaração dos direitos do cidadão (Bill of Rights em 1789). Esses três últimos formam o que eles denominam de “cartas da liberdade”.

Existem aproximadamente 10 bilhões de páginas em registros textuais; 125 milhões de fotografias e gráficos; 24 milhões de fotografias aéreas; 12 milhões de mapas de mapas,

gráficos e desenhos de engenharia e arquitetura; 400 mil arquivos de vídeo e gravações de som, 300 mil rolos de filmes cinematográficos e 133 terabytes de dados eletrônicos. (NATIONAL ARCHIVES AND RECORDS ADMINISTRATION, 2014b)

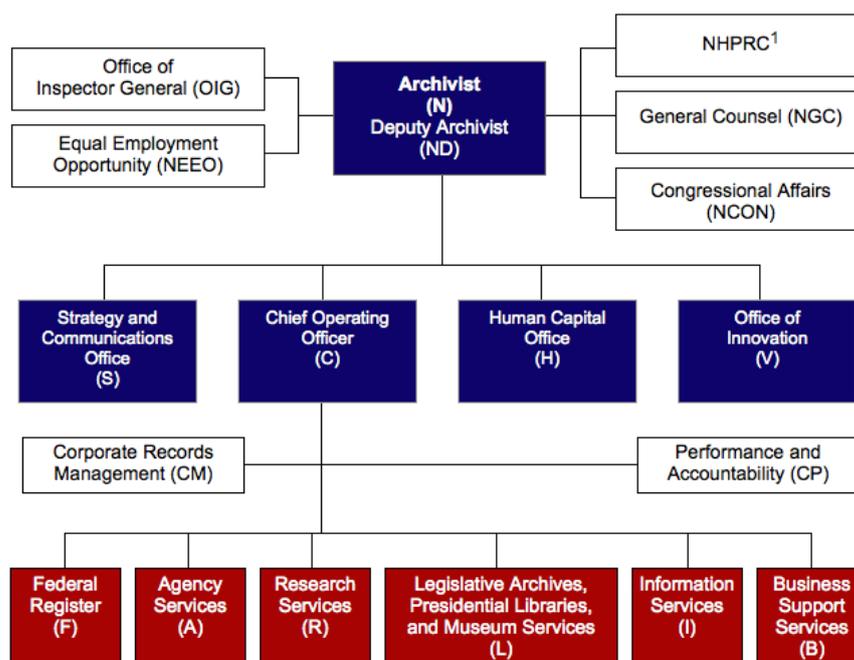
Dois edifícios são utilizados para a guarda do acervo na instituição. O mais recente é de 1993 (conhecido como “Archive II”) com seis andares possibilitando aproximadamente 2 milhões de metros cúbicos para armazenamento. As salas para pesquisa são capazes de receber 390 pesquisadores simultaneamente. Fica localizado no Estado de Maryland. O local para a construção foi doado pela University of Maryland.

O NARA tem programas educativos e realiza oficinas aberta ao público para ensinar aos seus usuários a utilizar os registros arquivados. Segundo eles, a sua missão :

[...]is to provide public access to Federal Government records in our custody and control. Public access to government records strengthens democracy by allowing Americans to claim their rights of citizenship, hold their government accountable, and understand their history so they can participate more effectively in their government. (NATIONAL ARCHIVES AND RECORDS ADMINISTRATION, 2014e)

Figura 3 – Estrutura organizacional do National Archives and Records Administration
NARA Organization Chart

(View the [Text Chart](#) to access the Organization pages.)



¹National Historical Publications and Records Commission

5 – FACEBOOK

5.1 HISTÓRICO

No dia 4 de fevereiro de 2004, Mark Zuckerberg junto com os co-fundadores, Dustin Moskovitz, Chris Hughes e Eduardo Saverin lançam na internet a página “Thefacebook.com”. No início era apenas para usuários e estudantes da Universidade de Harvard, funcionando já como uma rede social, porém não aberta a qualquer pessoa. No mês seguinte estudantes das Universidades de Stanford, Columbia e Yale poderiam também se inscrever. O potencial dessa nova rede era tanto que apenas 10 meses depois da criação já atingiria 1 milhão de usuários. (FACEBOOK, 2014b)

Em maio de 2005, o ainda “TheFacebook.com” _só muda-se para “Facebook.com” em 20 de setembro de 2005_ amplia para mais de 800 instituições de ensino. Isso fez com que em dezembro do mesmo ano já alcançasse 6 milhões de usuários. Em maio de 2006, qualquer pessoa (acima de 13 anos de idade) que pudesse acessar o sítio eletrônico do Facebook poderia se inscrever na rede. Com isso a empresa fechou esse ano com 12 milhões de usuários. (FACEBOOK, 2014b)

Em maio de 2007, o “Facebook.com” deixa de ser apenas um sítio eletrônico para se tornar uma plataforma. Já era a vontade de Zuckerberg que o sítio virasse uma plataforma, ou seja, permitindo que terceiros “pudessem criar aplicativos em cima do Facebook.” (KIRKPATRICK, 2011). A grande vantagem de se ter aplicativos é que muitos continuariam passando seu tempo dentro do Facebook. Então os aplicativos seriam mais uma coisa para usuários permanecerem dentro do sítio eletrônico.

A criação de uma plataforma permite que uma empresa de software se torne o ponto central de conexão de um ecossistema de parceiros que dependem de seu produto. E uma vez que uma empresa esteja no centro de um ecossistema, torna-se enlouquecedoramente difícil para os concorrentes desalojá-la (KIRKPATRICK, 2011)

Como plataforma, o Facebook permite que seu login como usuário da rede sirva como inscrição em serviços de outras empresas e lojas. Porém, essas empresas passam a ter acesso aos seus dados disponíveis na plataforma Facebook, inclusive a lista de amigos. Empresas puderam construir suas páginas eletrônicas dentro da plataforma, assim como fizeram as instituições arquivísticas do Arquivo Nacional e do NARA.

Ao passar dos anos, a empresa percebeu o crescimento dos chamados “smartphones” (telefones inteligentes) e lançou aplicativos para que as pessoas se conectassem diretamente do celular, ou seja, com a tela otimizada para a telefonia móvel e seus devidos sistemas operacionais, entre os mais populares estão o Android (criado pela empresa Google), iOS (da Apple) e Windows Phone (da Microsoft).

O botão “curtir” é inserido na plataforma em 9 de fevereiro de 2009. (FACEBOOK, 2014). Em dezembro de 2013 verificou-se que a média de “curtidas” é de 6 bilhões ao dia nos conteúdos postados e páginas dentro da plataforma. (TERRA, 2014).

O Facebook é uma empresa privada com capital aberto na bolsa de valores. Até o fechamento deste trabalho seu valor de mercado ultrapassava 206 bilhões de dólares⁸ (NASDAQ, 2014).

Esta empresa completou 10 anos de atividades e vê seu números crescendo cada vez mais e seus negócios se ampliando também. Ela possui 8.348 funcionários espalhados em 14 cidades dos Estados Unidos e escritórios em mais de 34 cidades no mundo, entre elas, São Paulo e Brasília. Também com funcionários em países como: Holanda, Alemanha, Inglaterra, México, Canadá, Itália, Austrália, Nova Zelândia, Japão, Índia, Argentina, Emirados Árabes e muitos outros, tornando-se uma empresa multinacional. (FACEBOOK, 2014b).

A plataforma Facebook , segundo dados de setembro de 2014, possui também: uma média de 864 milhões de usuários diários; 703 milhões de usuários que utilizam diariamente o celular/tablet para acessar a rede social; 1,35 bilhão de usuários mensalmente ativos; 1,12 bilhão de usuários ativos por dispositivos móveis, aproximadamente 82.2% dos usuários frequentes são de fora do território dos Estados Unidos e Canadá. (FACEBOOK, 2014b).

A empresa não fixou apenas em seu produto principal e inicial que é o “Facebook.com”, mas vendo outras redes sociais crescerem ela decidiu fazer ofertas de compra. Um meio para se manter líder no mercado de redes sociais. Em abril de 2012 ela anuncia a aquisição do “Instagram”, uma rede social de fotografias que cada vez mais ia atraindo usuários. E em 2014 finaliza a compra do aplicativo de trocas de mensagens, vídeos e fotos e áudio “Whatsapp” por 21,8 bilhão de dólares.(O GLOBO, 2014). O número de usuários ultrapassam 500 milhões e poderia ter sido uma futura ameaça à empresa de Zuckerberg, que agora detém os direitos do aplicativo.

⁸ O valor de mercado da empresa Facebook, Inc. apresentado no sítio eletrônico da NASDAQ em 21 de novembro de 2014 é de US\$ 206.258.929,471

5.2 PLATAFORMA E USO DE DADOS INFORMACIONAIS

A web 2.0 permite que a instituição arquivística possa se aproximar do usuário e descobrir demandas sobre determinada questão. Também pode saber quais as temáticas que este mais publica ou replica, quais os grupos em que ele está inserido, etc. Se for através de um aplicativo, dependendo do aceite do contrato pelo Facebook, o usuário pode ser “obrigado” a compartilhar suas fotos, localidade, lista de contatos em troca do serviço. Isso é um grande capital de informação para as instituições e empresas, podendo fazer uso desses dados das mais variadas formas possíveis. Desde oferecer um serviço com um perfil mais personalizado ao “cliente” até saber o que ele mais busca/procura para fazer com que tal objeto seja o primeiro a aparecer quando este acessar o aplicativo, como forma de um filtro com as características mais próximas do gosto do usuário.

O Facebook, apesar de ser uma empresa multinacional, possui seu banco de dados em 4 cidades dos Estados Unidos_ sede e local de criação da empresa_ e uma na Suécia.

A maior crítica que a empresa sofre está em relação ao uso dos dados e a falta de privacidade. Os dados que ela possui pode ser utilizada da maneira que ela quiser. Por exemplo, o “Feed de notícias” é uma página no perfil do usuário que informa todas as atualizações recentes de seus respectivos amigos. Se seu “amigo” (pessoa que você adicionou em seu perfil de amizades), instalou algum aplicativo, postou alguma foto nova, alterou o status de relacionamento, você ficará sabendo. Porém, é possível que o usuário torne ocultas tais informações, não querendo torná-las públicas. Porém, quando um aplicativo é instalado, por exemplo, um jogo, a empresa que desenvolveu o aplicativo em troca do jogo “grátis” recolhe dados pessoais.

Figura 4- Aplicativo e solicitação



Fonte: Facebook.com (perfil do autor)

Na figura acima é possível identificar uma pessoa ligada ao usuário⁹ que faz uso do aplicativo e/ou o tem instalado. Além de quem quiser instalar para jogar deverá fornecer o correio eletrônico (e-mail) para a empresa desenvolvedora do jogo. As permissões que serão concedidas podem variar segundo cada empresa e o contrato com o Facebook. Ao aceitar (dependendo do contrato) a pessoa pode autorizar o aplicativo (leia-se empresa criadora do aplicativo) a publicar postagens em seu nome.

⁹ Alguns dados estão com uma tarja branca na imagem para preservar a privacidade do usuário.

Figura 5- Aplicativo e informações obrigatórias

EA SPORTS FIFA Ultimate Team ✕

INFORMAÇÕES QUE VOCE FORNECE A ESTE APLICATIVO:

Perfil público (obrigatório)
 Diogo Pereira, foto do perfil, 21+, masculino e outras informações públicas

Lista de amigos (obrigatório)
 Azevedo, Unirio e outros 244

Endereço de e-mail (obrigatório)
 @ .com.br

Aniversário (obrigatório)
 de de

ESTE APLICATIVO PODE:

Publicação
 Este aplicativo pode publicar em seu nome, inclusive as músicas e estações de rádio que você ouviu e muito mais.
[Ver Registro de atividades](#)

Enviar-lhe notificações

[Termos do Aplicativo](#) · [Política de Privacidade do Aplicativo](#) · [Remover aplicativo](#) · [Denunciar aplicativo](#)

Fonte: Facebook.com (perfil do autor)

Apesar da figura acima se tratar de um aplicativo que é um jogo de futebol, ao instalá-lo, além de publicar no nome da pessoa, poderá informar às outras pessoas quais músicas e estações de rádio foram ouvidas e “muito mais”. Caso não aceite as normas obrigatórias_ divulgação da lista de amigos, seu endereço de correio eletrônico (e-mail), entre outros_ não será possível obter o aplicativo. É possível que muitos desses “amigos” da lista nem saibam que as empresas fabricantes ou donas dos aplicativos terão acesso às fotos e outros dados públicos em sua base de dados. Basta qualquer “amigo” aceitar que os dados básicos dele estarão no banco da empresa.

Quando você acessa um jogo, aplicativo ou site [...] fornecemos a eles suas informações básicas, o qual inclui seu número de identificação de usuário e suas informações públicas. Nós também fornecemos a eles os números de identificação de seus amigos (também chamado de lista de amigos) como parte de suas informações básicas [...] Uma vez removido o aplicativo, ele não poderá continuar a atualizar as informações adicionais às quais você permitiu acesso, mas poderá ainda reter as informações que você já compartilhou. (FACEBOOK, 2014c)

Em meados de 2013 foi descoberto, através da denuncia de um ex-funcionário da Bozz Allen Hamilton (empresa que presta serviços terceirizados à NSA), Edward Snowden, que o governo dos Estados Unidos vigiavam e rastreavam cada atividade dos usuários da internet do mundo inteiro. A NSA (National Security Agency) colhia dados através de diversos softwares, entre eles o PRISM e o X-KEYSCORE de todos usuários do mundo, monitorando a atividade de qualquer pessoa que estivesse online em tempo real. (GREENWALD, 2014).

A primeira publicação foi feita pelo jornal inglês “The Guardian” em junho de 2013. Glenn Greenwald foi procurado por Snowden que lhe contou e mostrou provas da vigilância que os Estados Unidos exercia sobre a população mundial não respeitando sua privacidade.

No dia 5 de junho, o jornal britânico "The Guardian" publicou a primeira reportagem sobre os programas de espionagem, mostrando que a Agência Nacional de Segurança coleta dados sobre ligações telefônicas de milhões de americanos diariamente e que também acessa fotos, emails e videoconferências de internautas que usam os serviços de empresas americanas, como Google, Facebook e Skype. A reportagem foi assinada pelo jornalista americano Glenn Greenwald - que posteriormente saiu do jornal e lançou um site onde prometeu divulgar mais novidades sobre o caso.

Em 7 de junho, o jornal americano "The Washington Post" também publicou dados entregues por Snowden, que detalham um programa de vigilância secreta que reunia equipes de inteligência da Microsoft, Facebook, Google e de outras empresas do Vale do Silício. (G1, 2014)

Segundo publicado no sítio eletrônico da revista INFO (2014), Greenwald teria dito numa sessão de perguntas e respostas no Canadá que o Facebook é “um dos piores violadores de privacidade da história [...] justamente por isso, ninguém deveria usar o Facebook.” Em seu livro “Sem lugar para se seconder”, Greenwald (2014) aponta:

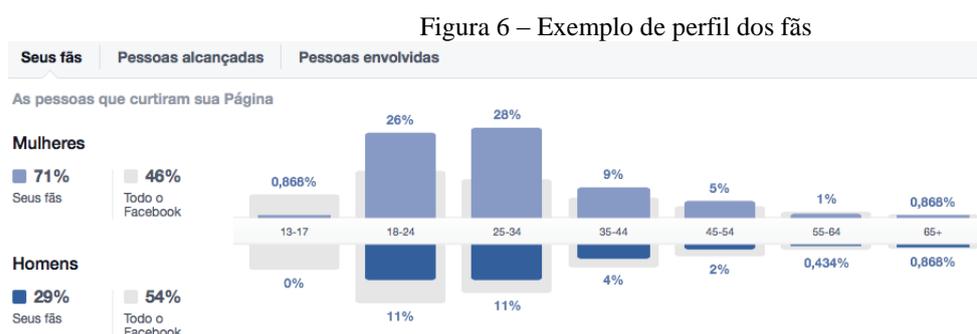
Uma das funcionalidades mais valiosas do X-KEYSTORE para a NSA é a capacidade de vigiar as atividades nas redes sociais da internet como Facebook e Twitter, que a agência acredita representarem um tesouro de informações e ‘de compreensão sobre a vida pessoal dos alvos’. [...] O analista preenche o nome do usuário desejado, digamos, no Facebook, junto com um limite de datas e atividades, e o X-KEYSCORE então fornece todas as informações desse usuário, incluindo mensagens, chats e outros posts privados. (GREENWALD, 2014)

O Facebook se assemelha em muito com o lema e a figura do *Big Brother (is watching you)* do livro “1984” escrito por George Orwell. Nesse livro, George Orwell, critica o totalitarismo do Estado. O Estado, nessa distopia, controla todas as suas ações vigiando através de cameras e de uma teletela. Porém, no caso do Facebook essa vigilância é de certa forma permitida, pois se não aceitá-la não poderá utilizar essa rede social. Aparece na política de uso de dados da empresa:

Recebemos dados sobre você sempre que você usa ou entra no Facebook, como quando você olha a linha do tempo de outra pessoa, envia ou recebe mensagens, procura um amigo ou uma página, clica em, visualiza ou de alguma forma interage com as coisas, usa um aplicativo móvel do Facebook, compra Créditos do Facebook ou faz outras compras pelo Facebook. [...] podemos obter sua localização no GPS ou outras informações para que possamos informar se algum de seus amigos está próximo de você ou podemos solicitar informações do dispositivo para melhorar a forma como nossos aplicativos funcionam no seu dispositivo [...] Também podemos reunir dados sobre você para fornecer anúncios ou outro conteúdo que possam ser mais relevantes para você. (FACEBOOK, 2014c)

As páginas criadas no Facebook fornecem ao criador ou responsável pela página dados de quem “curtiu” a página e/ou postagens, quem as “compartilhou”, o que comentou, etc. Por exemplo, se uma postagem (post) da página do Arquivo Nacional for compartilhada e a pessoa que compartilhou tornou isso público, ou seja, não restringiu o conteúdo apenas aos seus amigos, o Arquivo Nacional poderá ter acesso aos comentários feitos na postagem compartilhada. Isso gerará ao gerenciador da página do AN mais dados e reconhecer o perfil e o que pensa o usuário sobre aquele determinado assunto.

O gerenciador da página pode através dos dados que tem de seus fãs (pessoas que curtiram a página) saber que horas eles mais acessam a internet, ou seja, dos fãs da páginas de quantos estão conectados nos horários; qual o país e a cidade e o número de fãs; qual o percentual de pessoas do gênero masculino ou feminino e a sua respectiva faixa etária como fãs da página, acompanhar graficamente dados semanais, além de diversas outras possibilidades.



Fonte: Exemplo de dados de página criada no Facebook.

Os dados acima permitem que uma instituição ou empresa possam conhecer o perfil dos usuários, quem ele é e assim planejar uma ação de marketing para publicações futuras e tendo em vista o perfil de quem curte a página no Facebook. Esses dados ajudam, mas não são tudo, pois não dá pra saber a etnia da pessoa, os gostos, a orientação política, religiosa, etc.

A página criada na plataforma do Facebook também permite acompanhar quantas

curtidas teve um post e mais ainda, saber quantas curtidas essa postagem ganhou através dos compartilhamentos. Quanto maior o alcance, maior a probabilidade de “curtidas”, “compartilhamentos” e ampliação da informação.

Figura 7- Informação e alcance



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor.

Figura 8- Exemplo dos dados de alcance de uma página criada no Facebook.

17.512 Pessoas alcançadas

2.246 Curtidas, comentários e compartilhamentos

1.660 Curtidas	81 Em uma publicação	1.579 Em compartilhamentos
--------------------------	--------------------------------	--------------------------------------

387 Comentários	8 Em uma publicação	379 Em compartilhamentos
---------------------------	-------------------------------	------------------------------------

199 Compartilhamentos	189 De uma publicação	10 Em compartilhamentos
---------------------------------	---------------------------------	-----------------------------------

570 Cliques em publicações

212 Visualizações da foto	1 Cliques em links	357 Outros cliques ⓘ
-------------------------------------	------------------------------	--------------------------------

Fonte: Uma página criada no Facebook.

Embora a plataforma Facebook iguale as condições_ principalmente na interface ao usuário_ entre a página das duas instituições tornando-as assim comparável em relação ao conteúdo e uso da mesma, há um detalhe que pode passar imperceptível para os demais

usuários. Mesmo que as publicações sejam gratuitas, a plataforma oferece a possibilidade de venda para que a publicação ou a página ganhe maior visibilidade. A mesma ideia de uma propaganda de televisão, o produto é anunciado e torna-se visível, mais conhecido ao público. Ganha-se assim maior alcance.

Caso a instituição arquivística queira fazer uso desse método para aumentar a visibilidade e/ou publicidade, o Facebook oferece diversos preços e customização para atingir o perfil desejado. Selecionar o intervalo da faixa etária desejada, o tempo desejado de veiculação, o alcance estimado segundo o valor pago e a área de interesse preenchida são apenas algumas das opções.

Figura 9- Exemplo de venda para maior alcance da Página

The image shows a screenshot of the Facebook advertising interface. The 'Local' field is set to 'Países' with 'Brasil' selected. The 'Interesses' field contains 'Arquivística' and 'Arquivo'. The 'Idade' field is set to '21 - 65+'. The 'Gênero' field has 'Todos', 'Homens', and 'Mulheres' buttons. The 'Escolher orçamento' section shows a table of budget options:

Orçamento diário	Estimativa de curtidas por dia
R\$ 13,00	Estimativa de 12 - 49 curtidas por dia
✓ R\$ 26,00	Estimativa de 24 - 98 curtidas por dia
R\$ 38,00	Estimativa de 36 - 143 curtidas por dia
R\$ 51,00	Estimativa de 48 - 192 curtidas por dia

Fonte: Uma página no Facebook.

O campo de preenchimento “interesses” visa a busca de um público mais específico. A plataforma busca os usuários que “curtiram” páginas com temáticas semelhantes ou com assuntos relacionados. O espaço desse campo já é preestabelecido, portanto palavras-chaves como “arquivologia” não foram encontradas. Porém, termos como “arquivo”, “serviços de arquivo”, “arquivista”, “arquivística”, “Fundo (arquivística)”, “gerenciador de arquivos”, “servidor de arquivos”, aparecem para preenchimento do campo. As estimativas são geradas segundo as combinações feitas entre preço, interesses, faixa etária, tempo de veiculação e gênero.

O Brasil já é o segundo país em número de usuários ativos no Facebook, estando apenas atrás dos Estados Unidos. Segundos dados pesquisados pela revista TIME fevereiro de

2014, o Brasil conta com 71.862.860 de usuários e os Estados Unidos têm 158.922.860 inscritos. Isso aponta a importância que o Facebook possa ter para que as duas instituições arquivísticas deste trabalho estenderam seu corpo no ambiente digital, além do próprio sítio eletrônico oficial.

6- ANÁLISE DE DADOS

“Só é proveitoso comparar o realmente comparável”
(CARDOSO; PÉREZ BRIGNOLI, 2002, p. 414).

O método comparativo supõe a comparação, porém essa é uma comparação construída, consciente, parte integrante de um procedimento controlado (...) o método comparativo é uma forma controlada de questionamento e de aproximação organizada. É antes de tudo um meio de organizar o pensar sobre o real. (WOORTMAN, 2008 *apud* JARDIM, 2011, p. 201)

A comparação é construída e analisada sob perspectiva de um olhar singular e subjetivo: o que foi pesquisado/analísado e como foi essa análise e pesquisa. Quem faz uso desse método carrega consigo seus conhecimentos e pensamentos adquiridos ao longo de sua jornada profissional e/ou pessoal. O que é relevante para alguns para outros podem não ser. Na comparação identificamos semelhanças e diferenças. Para Barros (2007, p.4-5):

(...) comparar é uma forma específica de propor e pensar questões [...] Trata-se de iluminar um objeto ou situação a partir de outro, mais conhecido, de modo que o espírito que aprofunda esta prática comparativa dispõe-se a fazer analogias, a identificar semelhanças e diferenças entre duas realidades, a perceber variações de um mesmo modelo. Por vezes, será possível ainda a prática da “iluminação recíproca”, um pouco mais sofisticada, que se dispõe a confrontar dois objetos ou realidades ainda não conhecidos de modo a que os traços fundamentais de um ponham em relevo os aspectos do outro, dando a perceber as ausências de elementos em um e outro, as variações de intensidade relativas à mútua presença de algum elemento em comum.

Os objetos deste trabalho forma comparados em tempo e espaço contíguos. Favorece-se assim, de certa forma, uma “comparação equânime”, pois ambos estão situados no mesmo tempo e no mesmo espaço, o virtual.

O primeiro perigo que ameaça o pesquisador que aplica o método comparativo é o de cometer anacronismos, ao confundir analogias superficiais com similitudes profundas, sobretudo em se tratando de sociedades estruturalmente bem diversas, ou muito afastadas no tempo” (CARDOSO; PÉREZ BRIGNOLI, 2002, p. 413).

Foram construídas comparações quantitativas e qualitativas em relação ao objeto de análise: as páginas oficiais dos arquivos nacionais no Facebook . Fatores culturais, políticos (aos quais o Arquivo está subordinado), sócio-econômicos, profissionais (visibilidade da instituição ante a sociedade), legislativos (lei de acesso e lei de arquivos) são fundamentais para compreender o resultado dos dados investigados.

Foi utilizado o método qualitativo dos serviços prestados pelos dois Arquivos Nacionais, examinando segundo critérios determinados por essa pesquisa esclarecidos nas análises abaixo. Os dados foram coletados entre 1 de agosto de 2014 a 30 de novembro de 2014.

Análise 1: Informações básicas

O guia é um instrumento arquivístico que fornece informações iniciais sobre a instituição. Ele é o primeiro contato do pesquisador/ usuário com o Arquivo. Alguns itens são tidos como importantes, tais como: endereço, horário de atendimento, nome da instituição, entre outros.

Seguindo a lógica dos itens considerados importantes para a criação desse instrumento arquivístico (o guia), esta pesquisa aplicou a mesma idéia para analisar como o Arquivo Nacional e o NARA se utilizam do campo “sobre”. Este campo é o espaço destinado para as informações básicas de uma página criada no Facebook. É nele que estão presentes as primeiras informações do que se trata a página.

Os itens selecionados para análise que tem por base o guia foram: 1) nome do Arquivo; 2) endereço completo da localização física; 3) telefone para contato; 4) correio eletrônico (e-mail); 5) endereço eletrônico (site oficial); 6) dias e horários de atendimento; 7) (breve) histórico institucional; 8) (breve) descrição das funções da instituição (o porquê de sua existência, sua função).

Análise 2: Interação com o usuário

O governo brasileiro, através da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), elaborou um manual que orienta a prática para comunicação de órgãos governamentais nas redes sociais. Orientando desde a linguagem utilizada, seja ela gráfica ou audiovisual até como proceder em caso de “crises” (difamação, boatos, conteúdo impróprios, etc).

Toda instituição deve implementar uma rotina de checagem de conteúdo por dia útil, seguindo as seguintes regras:

1. Todas as perguntas feitas diretamente pelos usuários devem ser respondidas na mesma rede.
2. Comentários feitos pelos usuários que não demandem respostas diretas não devem ser endereçadas individualmente, como regra. No entanto, é recomendado que

alguns dos comentários recebam réplica da instituição, deixando claro que ela está presente e efetivamente envolvida em um relacionamento concreto. (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2012, pg. 41-42)

O NARA fez parte do plano de governo aberto (*Open Government Plan*) para os anos de 2012 a 2014. Nesse plano de governo aberto incluiu as redes sociais, entre elas o Facebook:

The National Archives currently engages the public on a variety of social media platforms, including blogs, Facebook, IdeaScale, Twitter, and Tumblr. These sites encourage two-way exchanges of information. The National Archives posts on timely and relevant topics and receives feedback from the public. Often, individuals will respond to questions posed by the National Archives, or will ask specific questions related to issues in which they are interested [...] On Facebook and Twitter, the National Archives leverages the “short form” nature of these platforms by asking questions and providing links to sites where more engagement can occur. Additionally, the National Archives answers questions and provides clarification to members of the public on issues with which they are concerned. (NATIONAL ARCHIVES AND RECORDS ADMINISTRATION, 2012, p.8)

O “cidadão arquivista” (*Citizen Archivist*) é uma iniciativa do NARA para que os usuário possam contribuir diretamente com o acervo e o Arquivo. Desde do envio de fotografias de alguma década, filmagens, descrições, tags, transcrições, entre outros. O *Citizen Archivist* é a participação pública no arquivo da instituição. (NATIONAL ARCHIVES AND RECORDS ADMINISTRATION, 2012, p. 11-13). Entre outras palavras, o usuário complementa o acervo, o fortalece. O que comprova, pelo menos na teoria, o reconhecimento do usuário como agente importante na construção da memória do acervo do país. Uma espécie de relação horizontal de poder e não vertical (de cima, o Arquivo, para baixo, o usuário).

A Web 2.0 propicia um ambiente virtual de interação. O usuário pode deixar de ser apenas o coadjuvante e passar a vir a ser o protagonista também. O Facebook é um espaço que permite trocas de informações.

O Facebook, além de permitir a criação de páginas, torna possível adaptá-las para melhor necessidade ou escolha de quem criou. Alguns pontos foram observados:

1) a página permite que qualquer usuário publique um conteúdo em sua “linha do tempo”? Essa possibilidade, se aberta, permite que empresas façam propagandas ou que usuários difamem ou faça comentários maliciosos sobre quaisquer coisas e instituições. Em caso afirmativo: perceber se depende ou não da aprovação da instituição (caso não dependa será automática a visualização a todos sem qualquer tipo de filtragem);

2) Foram enviadas perguntas (na data de 06 de novembro de 2014) aos arquivos nacionais em suas respectivas páginas no Facebook na ferramenta “Mensagem” (que funciona

com um *chat*). A pergunta é: “Quem é a pessoa responsável pela atualização dessa página (Facebook)?/ *Who is the person responsible for NARA’s page on Facebook?* Qual o cargo que ocupa na instituição?/ *What position does this person hold in the institution?* Qual a profissão de formação deste?/ *What is his/her profession?*”. Esta ferramenta permite saber se a mensagem foi visualizada. O propósito foi saber se a pergunta foi respondida por meio deste canal. Antecedente a estas perguntas foi enviado um texto explicando o porquê dos questionamentos: “Esta pesquisa contribui para a conclusão do curso de Arquivologia na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro e gostaria de saber...” / *This research aims to contribute to the Archival Science final course paper at Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro and I would like to know...*”.

3) Foi formulada uma pergunta em cima de um conteúdo publicado pela instituição arquivística: “Como é feita a escolha para publicação de um acervo no Facebook da instituição?/ *How do you choose subject matters for publication in the institutional Facebook page?*” Não foi escolhido uma publicação específica, mas a primeira publicação postada da data de 13 de novembro de 2014.

Análise 3: Alcance

No manual de orientação para redes sociais da SECOM recomenda-se: a) o envio de 1 a 3 postagens por dia, sendo ao menos uma delas com utilização de imagem; b) que a escrita seja na 1^a. pessoa do plural; c) que seja informal, direta, mas respeitando a norma culta de linguagem; d) ser convidativo à uma interação, para que haja “compartilhamentos” e “curtidas”; e) fazer com que o usuário se envolva no assunto; f) textos de no máximo 110 caracteres. Dessa forma a informação teria mais acesso, compartilhamentos e seria mais visualizada. Porém, não foi encontrado nenhum manual semelhante para publicação no Facebook para o NARA. Cada órgão federal nos Estados Unidos tem o seu próprio manual de orientação para as redes sociais.

O NARA utiliza da ferramenta Facebook desde o ano de 2009. O Arquivo Nacional passou a utilizar recentemente (2014). Como já explicado anteriormente no capítulo 5, os Arquivos Nacionais possuem uma variedade de estatísticas e enorme controle de quem “compartilhou”, “curtiu”, quantas pessoas visualizaram determinada publicação, quem compartilhou e o que escreveu ao compartilhar (incluindo os “amigos” dessa pessoa) em sua página no Facebook. Não há como saber se eles usam e como usam esses dados, mas eles possuem essa possibilidade. A instituição pode percorrer todo o caminho e através do perfil

deste usuário traçar um plano de estratégia para futuras publicações.

Na ferramenta “Mais” (dentro da plataforma Facebook) é possível ver o alcance que a página está tendo, quantas “curtidas” recebeu durante a semana, durante todo o período, o quantitativo médio de pessoas falando sobre o Arquivo e muito mais. Foi analisado que essa ferramenta possibilita a inserção de vídeos, notas, ver um gráfico sobre o balanço semanal das “curtidas”, avaliações dos usuários, eventos, vídeos postados, e canal do YouTube. Foi feita a análise comparativa de que e como as duas instituições utilizam da ferramenta “Mais”, pois isto amplia as possibilidades de potencialização de suas respectivas páginas.

A análise desses itens tornou possível investigar a forma que as instituições arquivísticas fazem uso dessa plataforma da web 2.0.

6.1 RESULTADOS DA ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS

Toda a página que é criada no Facebook tem o campo “sobre”. Este campo é o local reservado para se saber mais sobre a página, neste caso, informações da instituição arquivística. O próprio criador da página é o responsável por alimentá-la. Portanto, as informações em todos os campos e ferramentas dentro da plataforma Facebook foram fornecidas pelos próprios arquivos nacionais.

O campo “sobre” da página do Arquivo Nacional é dividido em três: visão geral, informações da página; e conquistas. O subcampo “visão geral” possui um mini mapa que ao clicar nele o usuário é direcionado para um mapa do sítio de buscas “Bing”¹⁰ e que dá a possibilidade de escrever o local que você está e como chegar até a localidade física da instituição. Ao lado desse mini mapa há o endereço eletrônico do Arquivo Nacional.

No subcampo “informações da página” estão descrito em itens o: endereço físico e virtual da instituição, o horário de funcionamento, data de início do arquivo, correios eletrônicos para contatos, telefone e descrição curta e longa da página.

Ao criar a página é facultativo o preenchimento de descrição da página (que se encontra no campo “sobre”), assim como sua edição. Uma “descrição curta” está inserida no mesmo subcampo e avisa: “Página oficial do Arquivo Nacional no Facebook.”. Na “descrição longa” encontra-se: endereços dos correios eletrônicos da ouvidoria, imprensa e acessoria de comunicação e a política de uso da página, que está desmenbrada ao longo das

¹⁰ O Bing é um concorrente do sítio de buscas Google.com. O Bing pertence à empresa Microsoft. O mapa desse buscador é semelhante ao do Google Maps.

análises desta pesquisa.

O ultimo subcampo é o “conquistas”, a única informação encontrada foi a data de criação do Arquivo Nacional, ou seja, 2 de janeiro de 1838.

Figura 10- Campo “sobre” dividido em três partes no Facebook do Arquivo Nacional



Fonte: FACEBOOK, 2014

Levando em conta os itens buscados na análise 1, o Arquivo Nacional, cumpriu com todos os itens, exceto breve histórico da instituição. O máximo encontrado foi a data de criação e a sua função social (dentro da descrição longa):

O Arquivo Nacional é um órgão do Ministério da Justiça que guarda, preserva, dá acesso e divulga documentos públicos e privados. Esses documentos estão abertos a todos os cidadãos que necessitam comprovar seus direitos e a estudantes e pesquisadores com fins acadêmicos e de produção de conhecimento. (FACEBOOK, 2014)

O National Archives and Records Administration, utiliza o nome de “US National Archives” na página do Facebook, ou seja, não utiliza do nome da instituição. O campo “sobre” não tem nenhuma divisão, só possui “informações da página”, que contém: endereço; descrição curta; informações gerais; telefone, ajuda de como chegar de transporte público ao arquivo físico da instituição; link para canal do YouTube; o endereço virtual para o sítio eletrônico oficial; e também a política de uso, que também será utilizá-la ao longo das demais análises.

Figura 11- Campo “sobre” na página do Facebook do National Archives and Records Administration

Sobre US National Archives	
Informações da Página	<p>INFORMAÇÕES DA PÁGINA</p> <hr/> <p>Endereço Washington, D.C.</p> <hr/> <p>Descrição curta Welcome to the official Facebook page for public news and events at the National Archives. For the official source of information about the National Archives, please visit http://www.archives.gov.</p> <hr/> <p>Informações gerais Planning a visit to the National Archives? Learn more at http://www.archives.gov/nae/visit/</p> <p>Visit the U.S. National Archives YouTube channel at http://www.youtube.com/user/usnationalarchives</p> <p>For a complete directory of all the National Archives Facebook accounts, please visit http://www.archives.gov/social-media/facebook.html.</p> <p>View our Facebook comment policy on the National</p>

Fonte: FACEBOOK, 2014d

Assim como na página do Arquivo Nacional, eles deixam claro que se trata da página oficial do NARA no Facebook. Embora não possa ser possível saber como as instituições fazem uso das informações apresentadas na seção 4.2 desta pesquisa, o NARA adverte, no campo “sobre”, que:

This site is not hosted by the National Archives and Records Administration and thus the privacy policies of NARA do NOT apply. The privacy policy for this web site may be found at <http://www.facebook.com/about/privacy/>. NARA retains records of the content on the NARA portion of this site, as is provided for in our records retention schedules and mandated by the Federal Records Act. These records include user comments and any personally identifiable information a commenter shares with NARA. Because these records are collected from a public web site, it may be disclosed to others and used by NARA in the conduct of agency business. (FACEBOOK, 2014d)

Embora alguns itens tenham o mesmo nome, por exemplo, “descrição curta”, eles foram preenchidos completamente diferentes. Enquanto o Arquivo Nacional apresentou a razão social da instituição, o NARA apenas disse se tratar da página oficial e dar as boas vindas ao usuário. Nesse campo não foi fornecido pelo NARA o endereço completo, o correio eletrônico, os dias e horários de funcionamento e nem a (breve) descrição das funções. Nesse quesito a página do Arquivo Nacional foi muito mais completa e informativa ao usuário.

As políticas de uso e de comentários encontradas no campo “sobre” das páginas das duas instituições na plataforma do Facebook foram fundamentais para a análise de número 2: interação com o usuário.

A política de uso do Arquivo Nacional apresenta a página como “um espaço de interação e diálogo” (FACEBOOK, 2014), além de abrir espaço para sugestões de assuntos novos e correlacionados ao Arquivo.

Todo o conteúdo postado será moderado. Insultos, difamações, propaganda e todo material que não esteja relacionado ao assunto discutido na postagem podem ser removidos.

É importante lembrar que todo e qualquer material publicado e opinião expressa é de exclusiva responsabilidade de seus autores e não reflete, necessariamente, a opinião do Arquivo Nacional. (FACEBOOK, 2014)

O NARA encoraja que as pessoas participem e se envolvam nos assuntos postados, inclusive debatem bastante sobre um tópico até “cansá-lo”, em outras palavras, tirar ao máximo e responder quando possível as opiniões e dúvidas de seus usuários. Quanto à política de comentários...

NARA will delete comments that contain abusive, vulgar, offensive, threatening or harassing language, personal attacks of any kind, or offensive terms that target specif individuals or groups.

NARA will delete comments that are cleary off-topic, that promote services or products, or that promote or oppose any political party, person campaigning for elected office, or any ballot proposition.

Gratuitous links to site are viewed as spam and may result in the comment being removed.

NARA does not discriminate against any views, but reserves the right to remove posted comments that do not adhere to these standards. (FACEBOOK, 2014d)

A página do Arquivo Nacional não permite nenhuma publicação em sua linha do mesmo a não ser a que é feita pela própria instituição, mas isso não impede que nos comentários possa haver insultos, propagandas, conteúdos inapropriados para a postagens, etc. Portanto, é essencial o acompanhamento dos comentários, mesmo os antigos. Porém, é possível publicar qualquer conteúdo na página do NARA, mas não aparecerá na “linha do tempo”. A publicação aparecerá pequena ao lado da tela, sem destaque algum. A seta na figura abaixo foi colocada pelo autor para identificar o espaço aberto ao público para postar e que não há nenhum tipo de filtragem inicial. Em um primeiro momento o que for postado aparecerá como publicado.

Figura 12- Publicações de terceiros na página do National Archives and Records Administration.



Fonte: FACEBOOK, 2014d

No dia 07 de novembro foram enviadas perguntas às duas instituições, ambas na ferramenta “mensagem” dentro da plataforma Facebook, com o intuito de saber quem era a pessoa responsável pela página, qual cargo ela ocupava e qual a formação da mesma. Porém, até o dia 30 de novembro a mensagem não foi sequer visualizada pelo NARA, pois quando ela é lida o remetente recebe um aviso que a mensagem enviada foi visualizada. Então face a isso, no dia 17 de novembro foi publicado na página do Facebook do NARA (vide figura 12) as mesmas perguntas (em inglês). No dia seguinte uma pessoa que trabalha para a instituição respondeu por mensagem, porém por seu perfil (institucional) no Facebook, não era um perfil particular (com fotos, recados, compartilhamentos, etc).

Com o Arquivo Nacional já não ocorreu a necessidade de buscar a informação por outras vias. A ferramenta “mensagem” foi o suficiente para obter as informações necessárias. Eles responderam quatro dias após o envio. Foi levado em conta também os dias de sábado e domingo na contagem, pois algumas postagens feitas pela instituição foram realizadas em finais de semana.

Figura 13- Resposta do National Archives and Records Administration

Hilary Parkinson + Nova mensagem Ações Q

Conversa iniciada - Terça

 **Hilary Parkinson** 18/11/2014 19:51
 Good afternoon,
 You left a message on the NAtional Archives Facebook wall about who manages the page.
 My name is Hilary Parkinson, and I am a writer/editor here at the National Archives. That's my official job title here. I am not an archivist, but a writer in the Office of Public Affairs.
 I manage the Twitter feed, the Facebook page, and the Instagram account, and a few other smaller accounts here.
 I hope this helps!

Hoje

 **Diogo Pereira** 10:04
 Thanks, Hilary!

Fonte: Página do Facebook do autor.

Figura 14 – Resposta do Arquivo Nacional

Arquivo Nacional + Nova mensagem Ações Q

Conversa iniciada - 6 de novembro

 **Diogo Pereira** 6/11/2014 15:03
 Boa tarde, meu nome é Diogo Baptista Pereira. Esta pesquisa contribui para a conclusão do curso de Arquivologia na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro e gostaria de saber:
 1) Quem é a pessoa responsável pela atualização dessa página no Facebook?
 2) Qual o cargo que esta pessoa ocupa na instituição?
 3) Qual a profissão de formação deste?
 Desde já agradeço a atenção,
 Diogo

10 de novembro

 **Arquivo Nacional** 10/11/2014 17:18
 Boa tarde Diogo,
 A equipe responsável pelo perfil do Arquivo Nacional no facebook é a Assessoria de Comunicação do Arquivo Nacional, composta de duas jornalistas, uma historiadora e uma antropóloga.
 Esperamos ter ajudado na sua pesquisa.

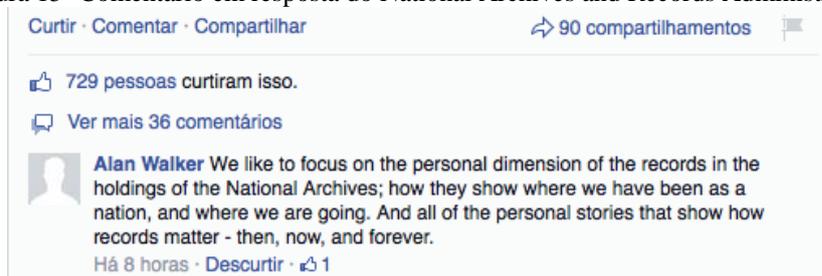
Fonte: Página do Facebook do autor.

Para testar a interatividade com o usuário foi feita uma pergunta na primeira publicação feita pelas duas instituições arquivísticas no dia 13 de novembro de 2014. A pergunta foi para saber como se dava a escolha do material para a publicação na página. O objetivo era entender porque a escolha de um determinado tema e não de outros. A pergunta foi feita no espaço reservado para comentários e foi enviada no dia 17, quatro dias após a

postagem feita pelos Arquivos.

As duas intuições responderam no dia seguinte. O Arquivo Nacional respondeu em uma mensagem privada e o NARA respondeu logo abaixo do comentário feito. Quem respondeu foi Alan Walker que trabalha na unidade RDTP2 (Textual Processing) no Archive II. Para descobrir foi feita uma busca com seu nome no Google.com que levou a uma página dentro do NARA com o nome dos funcionários e o setor que trabalhavam. A falta de identificação dificultou em saber se quem respondeu era ou não funcionário do NARA. Pois, em nenhum momento ele se identificou.

Figura 15- Comentário em resposta do National Archives and Records Administration



Fonte: FACEBOOK, 2014d

Não ocorreu em momento algum problema semelhante em relação ao Arquivo Nacional. Todas as respostas foram feitas diretamente pela página, ou seja, pela instituição, não deixando pairar nenhuma dúvida da autenticidade da informação.

Figura 16- Mensagem (privada) em resposta do Arquivo Nacional

Arquivo Nacional + Nova mensagem ⚙️ Ações 🔍

Arquivo Nacional, composta de duas jornalistas, uma historiadora e uma antropóloga. Esperamos ter ajudado na sua pesquisa.

18 de novembro

 **Arquivo Nacional** 18/11/2014 09:09

Bom dia, Diogo!

Vários são os fatores que nos leva a escolher uma publicação para ser colocada no Facebook.

Toda segunda-feira fazemos um post sobre algum documento da exposição que estiver em cartaz no AN. Quinta-feira é dia de publicarmos um acervo da instituição, como uma foto, um documento escrito ou cartográfico ou trechos de filme.

Procuramos sempre fazer alguma homenagem em datas comemorativas, como a que postamos no dia 15/11, por exemplo.

Também publicamos os posts com as notícias de eventos, seminários, conferências, acordos técnicos, oficinas, exposições, cursos e tudo que for relacionado, de alguma forma, com o AN e seus servidores. Esperamos ter ajudado.

 **Diogo Pereira** 📧 18/11/2014 10:28

Muito obrigado.

Fonte: Mensagem privada do Facebook do autor.

O NARA fornece estatísticas de todas as suas redes sociais na quantidade de postagens visualizadas e a quantidade de usuários em atividade mensalmente. As visualizações das publicações na página do Facebook conta também visualizações de terceiros que viram a publicação através de um compartilhamento de outrem. Por exemplo: a postagem original foi feita apenas na página da instituição no Facebook, mas se alguém compartilhou e os “amigos” da pessoa que fez o compartilhamento viram/ leram a postagem na página do usuário (e não da instituição) também conta como item visualizado. Portanto, o arquivo tem a visualização de quem compartilhou e de quem viu a postagem na página de quem compartilhou. Tendo assim real alcance das visualizações da postagem.

O número de usuários (mesmo os que não são fãs da página) representa aqueles viram as publicações na página e por terceiros através do “compartilhamento”. O Arquivo Nacional não fornece esses dados aos pesquisadores.

Tabela 1- Estatísticas do National Archives and Records Administration no Facebook

Post Views (Impressions)					
	Aug	Sep	Oct	Nov	Life Total
US National Archives	3.479.817	2.581.533	1.950.856		8.012.206

MONTHLY ACTIVE USERS				
	Aug	Sep	Oct	Nov
US National Archives	832.923	737.676	490.014	

Fonte: adaptado de NATIONAL ARCHIVES AND RECORDES ADMINISTRATION, 2014h.

O mês de agosto teve três milhões quatrocentos e setenta e nove mil e oitocentas e dezessete visualizações de postagens lidas por oitocentos e trinta e dois mil e novecentos e vinte três usuários do Facebook. Isso daria em média 4,17 visualizações por usuário. A média varia conforme o que foi publicado, a quantidade de compartilhamentos, a relevância do tema para a sociedade, horário da postagem, e muitos outros aspectos. Datas festivas, temas em voga no momento tendem a receber maior interação com o usuário e gerar mais compartilhamento e assim ampliar o alcance de visualizações.

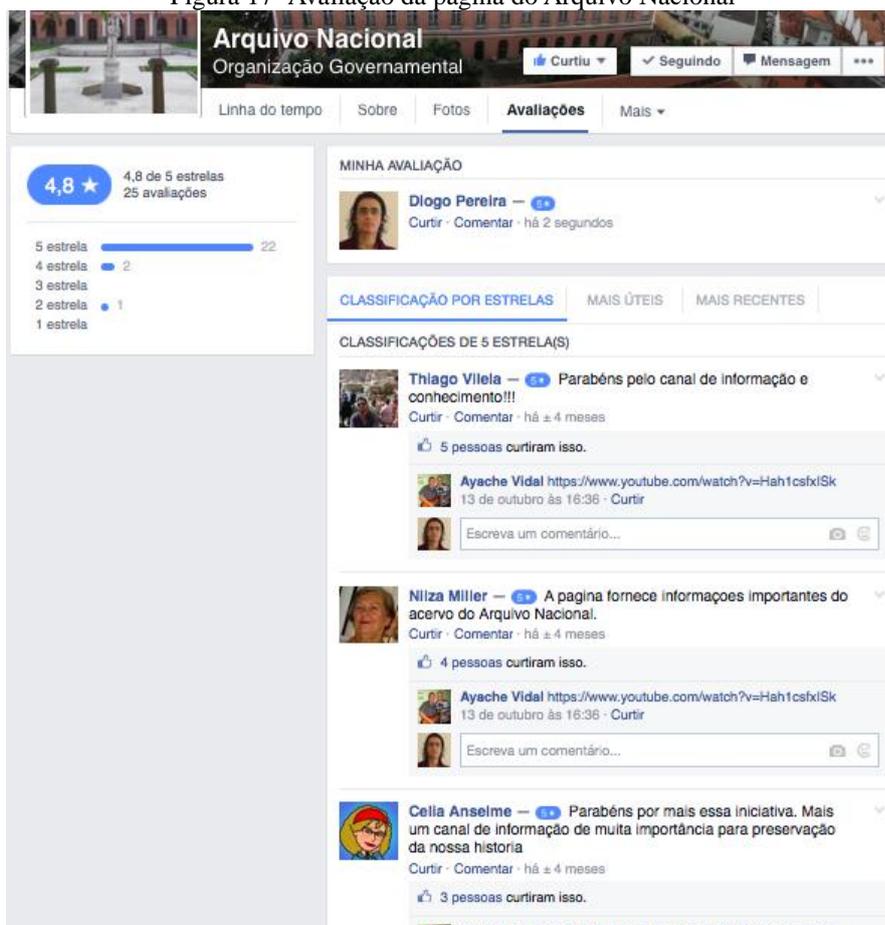
A ferramenta “Mais” potencializa essas visualizações, pois ela oferece mais recursos além da postagem de uma iconografia e texto. O Arquivo Nacional divide essa ferramenta em três itens: curtidas, vídeos e avaliações.

Em “curtidas” aparece um relatório gráfico das duas últimas semanas, com ênfase maior nos últimos sete dias. Apresenta dados como a quantidade de pessoas falando sobre o Arquivo, o total de curtidas na página¹¹ e o índice percentual e absoluto de novas curtidas na última semana em relação à semana anterior.

O item “avaliação” são notas de 1 a 5 estrelas que o usuário dá para a página da instituição arquivística dentro da plataforma do Facebook. De 1 de agosto a 30 de novembro foram 25 avaliações feitas pelos usuários. Foram 25 avaliações realizadas: 22 qualificaram como 5 estrelas (nota máxima), 2 deram 4 estrelas e 1 pessoa qualificou com 2 estrelas. A média ficou em 4.8 de um total de 5. Um índice de 96% de aprovação.

¹¹ Até a data de fechamento desta pesquisa ,30 de novembro de 2014, o Arquivo Nacional possuía 5.401 curtidas na página.

Figura 17- Avaliação da página do Arquivo Nacional



Fonte: FACEBOOK, 2014

Apesar da existência do item “vídeos” o mesmo se encontra vazio, sem nenhum vídeo. Talvez esteja separado para preenchimento futuro ou fez parte do planejamento inicial da página, pois esses itens são escolhas das instituições.

O NARA tem sua ferramenta “mais” dividida em 5 itens: Youtube Channel, vídeos, curtidas, e notas. Apesar do YouTube funcionar como uma página de vídeos há também um item específico para vídeos. O Youtube Channel é o canal oficial do NARA no YouTube. Ao clicar nesse item aparece a possibilidade de se inscrever no canal, assim sendo avisado sempre da aparição de um vídeo novo. Essa expansão faz com que cresça o número de visualizações no canal do NARA no YouTube, além de fortalecer, dessa forma, uma conexão com o conteúdo publicado na página. É o vídeo sobre a publicação postada, uma extensão da mesma. Fóruns, debates, lançamentos também fazem parte dos vídeos do canal.

O item “vídeos” possui apenas 4 filmagens e todas elas foram postadas diretamente na página da instituição no Facebook, ou seja, elas só são visualizáveis dentro da página. Diferentemente do YouTube que permite copiar o link para compartilhar com outras redes sociais. Até o dia 30 de novembro de 2014 o canal do NARA no YouTube possuía 14.615

inscritos e 3.630.618 visualizações dos vídeos.

O item “notas” funciona igual a uma postagem na “linha do tempo” e pode ser sobre qualquer coisa, diversos assuntos foram encontrados. A última atualização recebida foi no dia 1 de novembro de 2010.

Há ainda o espaço de “curtidas” que é igual ao do Arquivo Nacional. Possui as mesmas características, mas números diferentes. Foram, até o dia 30 de novembro, 8.083 pessoas falando sobre a instituição arquivística e 97.853 curtidas.

Já o item “eventos” pareceu ser muito oportuno. Funciona como uma espécie de agenda. Informa qual evento, o local e a data. Ao clicar no evento mais informações são apresentadas, tais como: uma descrição do que se tratou no determinado evento e quem participou.

Figura 18- Eventos do National Archives and Records Administration

The screenshot shows the Facebook interface for the US National Archives. At the top, there's a navigation bar with 'Curtiu', 'Seguindo', and 'Mensagem' buttons. Below that, a menu is open over the 'Eventos' tab, listing 'Youtube Channel', 'Videos', 'Curtidas', and 'Notas'. The main content area is titled 'Eventos' and contains a message: 'A página US National Archives não possui nenhum evento futuro. Esses eventos já aconteceram.' Below this, four past events are listed with their dates, titles, locations, and times:

- DEZ 30**: 150th Anniversary of the Emancipation Proclamation, Washington, District of Columbia, 10:00 em EST, 14 pessoas compareceram.
- DEZ 19**: The Fire of Freedom: Abraham Galloway and the Slaves' Civil War, Washington, District of Columbia, 12:00 em EST, 2 pessoas compareceram.
- DEZ 13**: American Tapestry: The Story of the Black, White, and Multiracial Ancestors of Michelle Obama, Washington, District of Columbia, 19:00 em EST.
- DEZ 11**: A Life: The Story of Lady Bird Johnson, Washington, District of Columbia, 12:00 em EST.

Fonte: FACEBOOK, 2014d

Embora tenha uma ótima organização e informação para os usuários, esse item não é atualizado desde 2012. Não foi mais utilizado desde então.

7- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi apresentado nesta pesquisa uma comparação entre duas instituições arquivísticas, uma dos Estados Unidos e a outra o Brasil. Esses dois países são respectivamente o primeiro e o segundo colocado em números de usuários cadastrados na plataforma Facebook. Essa comparação foi feita dentro das respectivas páginas oficiais das instituições no Facebook.

Enquanto o Arquivo Nacional está presente apenas em duas redes sociais (Facebook e Twitter), o National Archives and Records Administration se faz presente em 15 (Pinterest, Google Plus, Storify, Our Archives Wiki, Blog, HistoryPin, Facebook, Ustream, Flickr, Foursquare, Tumbleblog, RSS Feed, Twitter, YouTube, iTunes U). O idioma inglês é falado em diversos países e na prática é adotado como a segunda língua universal. Como os Estados Unidos têm o inglês como idioma nativo e vários outros países que foram colônias da Inglaterra também, isso faz com que o NARA tenha que “buscar” outras redes sociais, pois seu alcance tende a ser maior também por conta do idioma.

O Arquivo Nacional tem as suas redes sociais mais voltadas para o público interno. Porém, isso também pode ser fruto de investimento de capital. Pois, nada impede que o Arquivo Nacional faça uma versão em inglês e se espalhe em diversas outras redes disseminando seu acervo. Para isso iria que ter maior mão-de-obra e pessoas qualificadas para responder e atualizar em outro idioma.

A pesquisa focou na rede social Facebook e analisou os dados durante 1 de agosto a 30 de novembro, totalizando assim 122 dias ou também os quatro primeiros meses da página do Arquivo Nacional no Facebook.

Apesar de ambas instituições possuírem as mesmas opções para a construção da página, foi percebida diferenças. Todas as ferramentas que haviam numa poderiam também estar nas outras caso quisessem. Se o Arquivo Nacional, que possui vídeos em seu acervo, quisesse preencher a ferramenta “Mais” no item “vídeos”, assim poderia ter feito ao invés de criar o item e deixar o espaço vazio. Ou, também poderia ter criado um canal no YouTube para disponibilizar palestra, eventos, fóruns ocorridos dentro da instituição e o próprio acervo audiovisual.

Nesse aspecto o NARA é mais proativo. Antes que o usuário necessite ele já tem grande parte do material digitalizado. Se um estudante quer saber mais sobre a II Guerra Mundial ele poderá contar com vídeos no YouTube, blogs, imagens de fotografias no Flickr e Pinterest, etc. O estudante faz tudo isso sem precisar atravessar barreiras geográficas para ter

acesso ao documento, nesse caso, digitalizado. Com tudo isso além dele ter mais conteúdo para a pesquisa faz também com que se reconheça a importância de se ter um arquivo nacional do país e de se investir financeiramente nele.

Embora o NARA tenha uma página própria oficial no Facebook , ela mantém outras páginas também na mesma rede social e que tem acervo e atividades ligadas com a instituição, basta escrever “National Archives” o campo de busca e aparecerá também: Research at the US National Archives, National Archives at Boston, National Archives at Chicago, National Archives at Philadelphia, National Archives at Kansas City, National Archives at Denver, National Archives Applied Research, Foundation for the National Archives, US National Archives Studentes and Interns, National Archives at Atlanta, National Archives at St. Louis, Preservation Programs at the U.S. National Archives, National Archives at New York, National Archives Education, National Archives Noon Lectures, e muito mais.

Datas especiais, comemorativas foram bastantes exploradas pelos dois Arquivos. Nessas datas geralmente ocorrem o maior número de compartilhamentos e curtidas nas páginas, pois se trata de um tema em voga e atual. As duas instituições arquivísticas utilizam seu acervo para contar e relembrar momentos históricos e políticos de seus respectivos países, dando assim visibilidade ao acervo interno. As fotografias recebem inclusive o número de identificação na postagem. Isso facilita ao usuário/pesquisador ter as referências e encontrar fisicamente o documento numa pesquisa física ao arquivo.

Na descrição, as duas instituições não economizaram caracteres em suas publicações. Não foi percebido nenhum limite de caracteres para publicação. A quantidade de palavras escritas variou conforme a postagem e a descrição da mesma.

O arquivista não participa da Assessoria de Comunicação do Arquivo Nacional, que é responsável pelo perfil do Arquivo Nacional no Facebook, mas sim duas jornalistas, uma historiadora e uma antropóloga. No perfil do NARA é uma escritora/editora que publica no Facebook. Não há mais como ignorar a virtualização dos documentos e que o arquivista deve estar atento a esse processo de inovação, fazendo parte dele. Afinal tratam-se de instituições arquivísticas.

REFERÊNCIAS

ACERVO. Revista do Arquivo Nacional. **Princípios de acesso aos acervos**. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2012. Volume 25, número 2, p.166-177, jul/dez. 2012

ACIOLI, Sonia. Redes Sociais e Teoria Social: revendo os fundamentos do conceito. In: **Inf. Inf.**, Londrina, v. 12, n. Esp., 2007 12p.

ARCHIVES NATIONALES. **Histoire de l'institution**. Disponível em: <<http://www.archives-nationales.culture.gouv.fr/sia/web/guest/histoire-de-l-institution>> . Acesso em: 13 nov. 2014

ARQUIVO NACIONAL. **Dicionário brasileiro de terminologia arquivística**. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2005. 232p.; 30cm. – Publicações Técnicas; no 51

_____. **Sítio eletrônico**. Disponível em: <<http://www.arquivonacional.gov.br>>. Acesso em: 04 nov. 2014

_____. **Acervo**. Disponível em: <<http://www.arquivonacional.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=165>>. Acesso em: 13 nov. 2014

_____. **Estrutura organizacional**. Disponível em: <<http://www.arquivonacional.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=74>>. Acesso em: 13 nov. 2014

BARROS, José. História comparada- um novo modo de ver e fazer a História. **Revista de História Comparada**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p.1-30, jun. 2007.

BERNERS-LEE, Tim. **Views on the Web 2.0**. Interview for Scott Laningham developerWorks IBM 28 July 2006. Disponível em: <<http://www.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206.txt>>. Acesso em: 06 abr. 2014.

CARDOSO, Ciro Flamaron Santana, PÉREZ BRIGNOLI, Héctor. O método comparativo na História. In:_____ **Os métodos da História**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 2002. p. 409-419.

CONSELHO INTERNACIONAL DE ARQUIVOS. **ISAD (G): norma geral internacional de descrição arquivística**, adotada pelo Comitê de Normas de Descrição, Estocolmo, Suécia, 19-22 de setembro de 1999. 2. ed. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2001.119p.Disponível em:<http://www.conarq.arquivonacional.gov.br/Media/publicacoes/isa_d_g_2001.pdf>. Acesso em: 06 set. 2014.

CONSELHO INTERNACIONAL DE ARQUIVOS. **Princípios de acesso aos arquivos [recurso eletrônico]**./ tradução de Silvia Ninita de Moura Estevão e Vitor Manoel Marques da Fonseca. Dados eletrônicos- Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2012.

CONSELHO NACIONAL DE ARQUIVOS. Câmara Técnica de Documentos Eletrônicos. **Glossário**. Versão 5.1 CONARQ, 2010. Disponível em: <

http://www.documentoseletronicos.arquivonacional.gov.br/media/publicacoes/glossario/2010_glossario_v5.1.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2014.

CONSELHO NACIONAL DE ARQUIVOS. Câmara Técnica de Documentos Eletrônicos. **Glossário de documentos arquivístico digitais**. CONARQ, 2004. Disponível em: http://www.documentoseletronicos.arquivonacional.gov.br/media/publicacoes/glossario/2004c_tdeglossariov1substituido.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2014.

CONSELHO NACIONAL DE ARQUIVOS. Câmara Técnica de Documentos Eletrônicos. **Modelo de requisitos para sistemas informatizados de gestão arquivística de documentos**. Brasília: CONARQ, 2011. Disponível em: <http://www.documentoseletronicos.arquivonacional.gov.br/media/e-arq-brasil-2011-corrigido.pdf> > Acesso em: 26 out. 2013.

COUTURE, Carol; ROUSSEAU, Jean-Yves . O Lugar da Arquivística na Gestão da Informação. In: _____. **Os Fundamentos da Disciplina Arquivística.**, Lisboa: 1998. Cap. 2, p. 61-76.

DIAS, Maria Matilde Kronka; PIRES, Daniela. **Usos e usuários da informação**. São Carlos: EdUFSCar, 2004. 48 p.

FACEBOOK. **Arquivo Nacional**. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/pages/Arquivo-Nacional/645939578833257>>. Acesso em: 30 nov. 2014.

_____. **Company Info**. Disponível em: <http://newsroom.fb.com/company-info/>>. Acesso em: 21 nov. 2014.

_____. **Política de uso de dados**. Disponível em: <https://www.facebook.com/about/privacy/>>. Acesso em: 03 nov. 2014.

_____. **US National Archives**. Disponível em: <https://www.facebook.com/usnationalarchives>>. Acesso em: 30 nov. 2014.

FONSECA, Maria Odila Kahl ;JARDIM, José Maria. Estudos de usuários em arquivos: em busca de um estado de arte. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v.5, n.5, out. 2004. Disponível em: http://www.dgz.org.br/out04/Art_04.htm>. Acesso em: 29 mar. 2014

G1. **Jornais levam Pulitzer por revelar espionagem dos Estados Unidos**. Disponível em;<<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2014/04/jornais-levam-pulitzer-por-revelar-espionagem-dos-estados-unidos.html>>. Acesso em 22 nov. 2014

GREENWALD, Glenn. **Sem lugar para se esconder**. Rio de Janeiro: Sextante, 2014.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss de língua portuguesa**. Editora Objetiva: Rio de Janeiro, 2009. 1.986p.

INFO. **“Ninguém deveria usar o Facebook”, diz Glenn Greewald**. Disponível em: <http://info.abril.com.br/noticias/seguranca/2014/11/ninguem-deveria-usar-o-facebook-diz-glenn-greenwald.shtml>>. Acesso em: 06 de nov. 2014

INTERNET ARCHIVE. Disponível em: <<http://www.archive.org>>. Acesso em: 02 abr. 2014.

JARDIM, José Maria. Em torno uma política nacional de arquivos: os arquivos estaduais brasileiros na ordem democrática (1988-2011). In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, XII., 2011, Brasília: Thesaurus Editora, 2011. v.1, p.1579-1594.

JARDIM, José Maria. O acesso à informação arquivística no Brasil: problemas de acessibilidade e disseminação. In: MESA REDONDA NACIONAL DE ARQUIVOS, 1999. **Caderno de textos**. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 1999. 21p. Disponível em: <http://www.conarq.arquivonacional.gov.br/Media/publicacoes/mesa/o_acesso__informao_arquivstica_no_brasil.pdf> Acesso em: 12 nov. 2014

JARDIM, José Maria. Obstáculos à construção de políticas nacionais de arquivo no Brasil e Espanha: uma abordagem teórico-metodológica de análise comparada. **Liinc em Revista**, v. 7, p.197-213, 2011.

KIRKPATRICK, David. **O efeito facebook**. Tradução de Maria Lúcia de Oliveira. - Rio de Janeiro : Intrínseca, 2011.

LEÃO, Flávia Carneiro. **A representação da informação arquivística permanente a normalização descritiva e a ISAD(G)**. 2006. 81f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação)- Escola de Comunicação e artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

LÈVY, Pierre. **O que é virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996. 160 p.

LOPES, Fernando Dias; BALDI, Mariana. Redes como perspectiva de análise e como estrutura de governança: uma análise das diferentes contribuições. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 43, n.5, p.1007-1035, set./out. 2009.

LOPEZ, André Porto Ancona. **Como descrever documentos de arquivo: elaboração de instrumentos de pesquisa**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo / Arquivo do Estado de São Paulo, 2002. v. 1. 60p.

MARIZ, Anna Carla Almeida. **A informação na internet: arquivos públicos brasileiros**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012. 168 p.

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais - aplicação nos estudos de transferência da informação. **CI Inf.**, Brasília , v. 30, n. 1, abr. 2001 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010019652001000100009&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 24 mai. 2014.

NASDAQ. **Facebook, Inc. Stock Quote & Summary Data**. Disponível em: <<http://www.nasdaq.com/symbol/fb>>. Acesso em: 21 nov. 2014.

NATIONAL ARCHIVES AND RECORDS ADMINISTRATION. **Open Government Plan 2012-2014**. Disponível em: < <http://www.archives.gov/open/open-government-plan-2.0.pdf>>. Acesso em: 03 nov. 2014.

_____. **About the National Archives of the United States.** Disponível em: <<http://www.archives.gov/publications/general-info-leaflets/1-about-archives.html>>. Acesso em: 13 nov. 2014.

_____. **Facebook Comment Policy.** Disponível em: <<http://www.archives.gov/social-media/facebook-comment-policy.html>>. Acesso em: 03 nov. 2014.

_____. **NARA Organization chart.** Disponível em: <<http://www.archives.gov/about/organization/>>. Acesso em: 13 nov. 2014.

_____. **Our vision and mission.** Disponível em: <<http://www.archives.gov/about/info/mission.html>>. Acesso em: 13 nov. 2014.

_____. **Sítio eletrônico.** Disponível em: <www.archives.gov>. Acesso em: 03 abr. 2014.

_____. **Social media and digital engagement at the National Archives.** Disponível em: <<http://www.archives.gov/social-media/>>. Acesso em: 28 nov. 2014.

_____. **Social media reports.** Disponível em: <<http://www.archives.gov/social-media/reports/>>. Acesso em: 30 nov. 2014

NATIONAL ARCHIVES OF AUSTRALIA. **Página inicial.** Disponível em: <<http://www.naa.gov.au>>. Acesso em: 31 mai. 2014.

OLIVEIRA, Louise Anunciação Fonseca de; MATOS, Maria Teresa Navarro de Brito. As instituições arquivísticas nacionais de tradição ibérica e a filosofia web 2.0. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, XIV., 2013, Florianópolis. Disponível em: <<http://enancib2013.ufsc.br/index.php/enancib2013/XIVenancib/paper/viewFile/326/172>>. Acesso em: 22 abr. 2014.

_____. Websites de instituições arquivísticas públicas estaduais e municipais no Brasil: estudo de caso da utilização das ferramentas *Web 2.0*. In: MARIZ, Anna Carla Almeida; JARDIM, José Maria; SILVA, Sérgio Conde de Albite (orgs.) **Novas dimensões da pesquisa e do ensino da arquivologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Móbile, 2012. p.287-304

OLIVEIRA, Lucia Maria Velloso. **O usuário como agente no processo de transferência dos conteúdos informacionais arquivísticos**. 2006. 146 folhas. Dissertação (mestrado). Pós-graduação em ciência da informação. Convênio- IBICT-UFF, Rio de Janeiro, 2006

O'REILLY, Tim, What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. **Communications & Strategies**, n.65 , p. 17, First Quarter 2007. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 30 mar. 2014.

ROBREDO, Jaime. Ciência da informação e Web semântica: linhas convergentes ou linhas paralelas? In: ROBREDO, Jaime; BRÄSCHER, Marisa (orgs.) **Passeios pelo bosque da informação: estudos sobre representação e organização da informação e do conhecimento-eroic**. Brasília DF: IBICT, 2010. p. 12-47

RODRIGUES, Ana Célia. Identificação: uma metodologia de pesquisa para a arquivística. In: VALENTIM, Marta Lígia Pomim (org.). **Estudos Avançados em Arquivologia**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012. P. 197-214. Disponível em: <http://www.marilia.unesp.br/Home/Publicacoes/estudos_avancados_arquivologia.pdf>. Acesso em: 19 out. 2013

RODRIGUES, José Honório. Theodore R. Schellenber e a lição arquivística no Brasil. (apresentação da primeira edição brasileira) In: SCHELLENBERG, Theodore R. **Arquivos Modernos: princípios e técnicas**. 6.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p.15-17

SCHAFER, Murilo Billig; LIMA, Eliseu dos Santos. A classificação e a avaliação de documentos: análise de sua aplicação em um sistema de gestão de documentos arquivísticos digitais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 17, n. 3, Set. 2012. Disponível em: <99362012000300010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 26 out. 2013.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Manual de orientação para atuação em redes sociais**. 2012 Disponível em: <http://www.secom.gov.br/pdfs-da-area-de-orientacoes-gerais/internet-e-redes-sociais/secommanualredessociaisout2012_pdf.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2014

TERRA. **Facebook tem 6 bilhões de “curti” por dia; veja números da rede**. Disponível em: <<http://tecnologia.terra.com.br/facebook-tem-6-bilhoes-de-curtir-por-dia-veja-numeros-da-rede,17592a99fc9f3410VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 19 nov. 2014.

THE NATIONAL ARCHIVES. **Página inicial**. Disponível em: <<http://www.nationalarchives.gov.uk>>. Acesso em: 03 abr. 2014.

THOMASSEM, Theo. Uma primeira introdução à arquivologia. **Arq. & Adm.**, Rio de Janeiro, .5, n.1 Jan/Jun. 2006.

TIME. **By the numbers: 10 yars of Facebook**. Disponível em: <<http://edition.cnn.com/2014/02/03/tech/social-media/facebook-graphic/>>. Acesso em 22 nov. 2014.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Gestão Documental em Ambientes Empresariais. In: _____ (Org.). **Estudos Avançados em Arquivologia**. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.

VEYNE, Paul. **O inventário das diferenças**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

WHATSAPP. **Blog do Whatsapp**. Disponível em: <<http://blog.whatsapp.com>>. Acesso em: 21 nov. 2014.

