

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO  
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

Gislene Antunes de Oliveira Jacques

**O USO DO *TWITTER* EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: DAS POSTAGENS  
ÀS FALAS DOS BIBLIOTECÁRIOS**

Porto Alegre  
2014

Gislene Antunes de Oliveira Jacques

**O USO DO *TWITTER* EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: DAS POSTAGENS  
ÀS FALAS DOS BIBLIOTECÁRIOS**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Caxias de Sousa

Porto Alegre  
2014

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Reitor: Prof. Dr. Carlos Alexandre Netto

Vice-reitor: Prof. Dr. Rui Vicente Oppermann

**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

Diretor: Prof. Dr<sup>a</sup>. Ana Maria Mielniczuk de Moura

Vice-diretor: Prof. Dr. André Iribure Rodrigues

**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO**

Chefe: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Rocio Fontoura Teixeira

Chefe substituto: Prof. Dr. Valdir José Morigi

**COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE BIBLIOTECONOMIA**

Coordenadora: Prof. Me. Glória Sattamini Ferreira

Coordenadora substituta: Prof. Dr<sup>a</sup>. Samile Andréa de Souza Vanz

J694u Jacques, Gislene Antunes de Oliveira

O uso do *Twitter* em bibliotecas universitárias: das postagens às falas dos bibliotecários / Gislene Antunes de Oliveira Jacques; orientador Rodrigo Caxias de Sousa. - Porto Alegre, 2014. – 87 f., :il.

Trabalho de conclusão (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Biblioteconomia, Porto Alegre, 2014.

1. Bibliotecas Universitárias. 2. *Twitter* 3. *Links* 4. *Blogs* 5. *Microblogs*. I. Sousa, Rodrigo Caxias de II. Título

CDU 027.7

**Departamento de Ciências da Informação**

Rua Ramiro Barcelos, 2705

Bairro: Santana – Porto Alegre, RS

CEP: 90.035-007

Campus Saúde

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Telefone: (51) 3308-5143

E-mail: [dc@ufrgs.br](mailto:dc@ufrgs.br)

Gislene Antunes de Oliveira Jacques

**O USO DO *TWITTER* EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: DAS POSTAGENS  
ÀS FALAS DOS BIBLIOTECÁRIOS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharel em  
Biblioteconomia pela Faculdade de  
Biblioteconomia e Comunicação da  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Aprovado em \_\_/\_\_/\_\_.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Rodrigo Caxias de Sousa (Orientador)  
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS

---

Dr<sup>a</sup>. Ivone Job  
Bibliotecária da ESEF – UFRGS

---

Prof. Dr. Rafael Port da Rocha  
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, a Deus todo Poderoso e que tudo Sabe. Sem Ele, eu nada seria. Obrigada por esta oportunidade na minha vida e por poder concluí-la neste momento.

Ao meu marido, pelo amor e companheirismo dedicados a mim. Agradeço pela sua força e inteligência nos momentos mais difíceis que enfrentamos.

À minha mãe, exemplo de determinação, força e esforço sempre buscando alcançar melhor qualidade de vida. Obrigada por me ajudar a cuidar da minha filha, enquanto realizava o estágio, escrevia o projeto e depois o Trabalho de Conclusão de Curso.

Ao meu pai, pelo incentivo e por acreditar sempre nas minhas conquistas.

À minha filha, que nasceu durante a realização do curso, esteve junto comigo, assistindo às aulas, fazendo provas e apresentando trabalhos. Foi uma grande companheira, nunca estive sozinha!

Aos meus colegas que fizeram o curso de Biblioteconomia ficar mais feliz e sorridente: Láís Moretto, Neuceli de Campos, Raquel de Castro, Adaiane Oliveira, Karina Feltrin e Sabrina Borille.

Aos meus colegas de trabalho que me ajudaram durante esta caminhada, independente da forma que seja ou o que cada um contribui.

Aos professores que auxiliaram no desenvolvimento do processo de aprendizagem e na construção do conhecimento.

Às bibliotecárias, onde fiz estágios no início do curso, que me ensinaram um pouco da prática e do cotidiano de uma biblioteca. Especialmente, a Lia Becker que se tornou uma grande amiga e me incentivou a crescer profissionalmente.

Para finalizar, agradeço profundamente ao meu orientador Prof. Dr. Rodrigo Caxias, que é um cara extraordinário e um ser humano admirável. Como eu sempre disse, não basta ser professor, pesquisador, orientador, é preciso fazer a diferença na vida e na sociedade. O Prof. Rodrigo me mostrou que ele é uma pessoa assim, que se preocupa com as pessoas, manifesta interesse em mudar a vida do aluno e o estimula a escrever uma nova história. Um grande cidadão!

*Tente uma, duas, três vezes e se possível tente a quarta, a quinta e quantas vezes for necessário. Só não desista nas primeiras tentativas, a persistência é amiga da conquista.*

*Se você quer chegar a onde a maioria não chega, faça o que a maioria não faz.*

**BILL GATES**

## RESUMO

O objetivo desta pesquisa é analisar o uso do *Twitter* nas Bibliotecas Centrais da UFRGS e PUCRS, por intermédio do direcionamento dos *links* postados e o tipo de informação atribuído a eles. Para tanto, contextualiza teoricamente os seguintes assuntos: bibliotecas universitárias; *Web 2.0*, *blogs*; *microblogs*; *Twitter*; Biblioteca 2.0. A pesquisa é de caráter exploratório com abordagem quantitativa e qualitativa, por meio de observações sistemáticas e pelo questionário aplicado aos responsáveis pela atualização dos perfis. Levanta dados referentes a presença das bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul no *microblog*. Verifica os perfis com maior atuação através do índice e qualidade das postagens. Confirma o nível de periodicidade e manutenção dos perfis das Bibliotecas Centrais da UFRGS e PUCRS, bem como a análise dos *links* anexados às postagens. Verifica que as ferramentas digitais possibilitam novas formas de comunicação para divulgação de informações, serviços e produtos das bibliotecas. Avalia que o uso do *Twitter* deve constar no planejamento estratégico da biblioteca, assim como a utilização de outras redes sociais. Conclui que os profissionais bibliotecários devem analisar estatísticas sobre uso dos perfis e que estas podem contribuir diretamente para a melhoria da comunicação e interação com os seus usuários.

**Palavras-chave:** Biblioteca universitária. *Twitter*. *Web 2.0*. *Links*.

## **ABSTRACT**

The objective of this research is to examine the use of Twitter in the Central Libraries at UFRGS and PUCRS through the targeting of posted links and type of information given to them. For both theoretically contextualizes the following subjects: university libraries; Web 2.0, blogs; microblogs; Twitter; Library 2.0. The research is exploratory and quantitative and qualitative approach, through systematic observations and the questionnaire administered to those responsible for updating profiles. Data raises the presence of the university libraries of Rio Grande do Sul in microblogging. Checks profiles with higher performance through the content and quality of the posts. Confirms the level of periodicity and maintenance of profiles of Central Libraries at UFRGS and PUCRS as well as the analysis of the links attached to posts. Verifies that the digital tools enable new forms of communication to disseminate information, products and services of libraries. Evaluates the use of Twitter should be included in the strategic planning of the library as well as the use of other social networks. Concludes that librarians must analyze statistics on the use of profiles and that they can contribute directly to the improvement of communication and interaction with its users.

**Keywords:** University library. Twitter. Web 2.0. Links.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - As características da <i>Web 2.0</i> .....	25
Figura 2 - Uso das redes sociais no Brasil .....	32
Figura 3 - Perfil do <i>Twitter</i> da Biblioteca Central UFRGS .....	51
Figura 4 - Perfil do <i>Twitter</i> da Biblioteca Central PUCRS .....	57

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul que utilizam o <i>Twitter</i> ..	49
Gráfico 2 - Postagens e os meses de observação do perfil da Biblioteca Central da UFRGS .....	51
Gráfico 3 - Postagens com adição de <i>links</i> no perfil da Biblioteca Central da UFRGS .....	53
Gráfico 4 - Postagens e os meses de observação do perfil da Biblioteca Central da PUCRS .....	57
Gráfico 5 - Postagens com adição de <i>links</i> no perfil da Biblioteca Central da PUCRS .....	58

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Principais ferramentas que representam a evolução da <i>web</i> .....	23
Quadro 2 - Evolução da Biblioteca 1.0 para a Biblioteca 2.0 .....	40
Quadro 3 - Profissional que atualiza o perfil da instituição no <i>microblog</i> .....	63
Quadro 4 - Frequência da atualização do perfil da Biblioteca .....	64
Quadro 5 - Uso do <i>Twitter</i> como forma de aproximação entre biblioteca e usuários .....	65
Quadro 6 - O processo de cada postagem e as escolhas dos links anexados aos <i>posts</i> .....	66
Quadro 7 - Questão determinante para inserção ou não de um <i>link</i> entre as postagens no <i>Twitter</i> .....	68
Quadro 8 - A análise de número de <i>retweets</i> e curtidas como tendência do processo de interação.....	69
Quadro 9 - A manutenção de perfis nas redes sociais como um elemento presente no planejamento estratégico da biblioteca .....	70
Quadro 10 - As vantagens e desvantagens do uso do <i>Twitter</i> .....	71

## LISTA DE SIGLAS

FURG	Universidade do Rio Grande
PUCRS	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
SMS	Short Message Service
UCPEL	Universidade Católica de Pelotas
UCS	Universidade de Caxias do Sul
UERGS	Universidade Estadual do Rio Grande do Sul
UFCSPA	Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre
UFPEL	Universidade Federal de Pelotas
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFSM	Universidade Federal de Santa Maria
ULBRA	Universidade Luterana do Brasil
UNICRUZ	Universidade de Cruz Alta
UNIJUÍ	Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul
UNIPAMPA	Universidade Federal do Pampa
UNISC	Universidade de Santa Cruz do Sul
UNISINOS	Universidade do Vale do Rio dos Sinos
UPF	Universidade de Passo Fundo
URCAMP	Universidade da Região da Campanha
URI	Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	14
1.1 JUSTIFICATIVA .....	15
1.2 OBJETIVOS .....	17
1.2.1 Objetivo Geral .....	17
1.2.2 Objetivos Específicos .....	17
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>18</b>
2.1 BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS .....	18
2.2 WEB 2.0 .....	22
2.2.1 <i>Blogs</i> .....	26
2.2.2 <i>Twitter</i> .....	29
2.2.4 <i>Links</i> .....	33
2.2.5 Interação .....	35
2.2.4 Biblioteca 2.0 .....	38
<b>3 METODOLOGIA .....</b>	<b>41</b>
3.1 ABORDAGEM E TIPO DE PESQUISA .....	41
3.2 ETAPAS DA PESQUISA .....	41
3.3 OPÇÕES METODOLÓGICAS .....	42
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS .....	44
3.5 DESCRIÇÕES DE CATEGORIAS .....	46
3.5.1 <i>Motivações para linkar</i> .....	46
3.5.2 <i>Documento remetido</i> .....	47
3.5.3 <i>Domínio/Extensão</i> .....	47
3.5.4 <i>Tipo de informação</i> .....	48
3.5.6 <i>Temática</i> .....	48

<b>3.5.6 Número de <i>retweets</i> e curtidas .....</b>	<b>48</b>
<b>4 ANÁLISE DE RESULTADOS .....</b>	<b>49</b>
4.1 OBSERVAÇÕES SISTEMÁTICAS .....	50
4.1.1 Twitter da Biblioteca Central da UFRGS .....	50
4.1.2 Twitter da Biblioteca Central da PUCRS .....	57
4.2 QUESTIONÁRIO .....	63
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>73</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>77</b>
<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AO AOS RESPONSÁVEIS PELA ATUALIZAÇÃO DO PERFIL DAS BIBLIOTECAS CENTRAIS DA UFRGS E PUCRS NO TWITTER .....</b>	<b>84</b>
<b>APÊNDICE B – CARTA CONVITE ENVIADA ÀS BIBLIOTECAS CENTRAIS DA UFRGS E PUCRS .....</b>	<b>86</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O advento de novas tecnologias da informação transformou o modo como o conhecimento é produzido e disseminado pelos sujeitos que acessam a internet. O uso de ferramentas digitais em bibliotecas preconiza uma nova faceta das relações estabelecidas entre os usuários. Os princípios da *web* colaboraram para que os sistemas de documentos fossem interligados e executados na internet. A primeira fase da *web*, no final da década de 1980, trouxe grandes avanços referentes ao acesso à informação e comunicação. O surgimento da *Web 2.0* modificou as práticas de interação e a disseminação de informações entre as pessoas, transformando o modo de produzir conteúdo.

A *Web 2.0* representa a evolução de uma *web* social e interativa, na qual permite ao usuário trocar informações, compartilhar conhecimentos e criar novos conteúdos por meio de ferramentas e plataformas digitais. Entre essas, estão às redes sociais que permitem uma interação com o usuário, dificilmente conseguida com outros meios de comunicação (JESUS; CUNHA, 2012, p. 119). Essas evoluções preconizam mudanças nas formas de comunicação dos sujeitos, dentre elas o uso das redes sociais tornou-se um hábito constante no cotidiano da sociedade. As bibliotecas precisaram adequar-se as novas tecnologias e aplicar novos conceitos para criar espaço de interação com a comunidade usuária.

As redes sociais possibilitam a comunicação direta, com trocas de informações em tempo real. Dentre esses aspectos, permitiu-se identificar que o uso do *Twitter* por se tratar de uma ferramenta de fácil acesso, ágil e que se caracteriza por envio de informações com até 140 caracteres, tornando-se um meio de compartilhamento de informações entre biblioteca e usuários.

A análise preconizou o estudo de caso das práticas tecnológicas dos perfis no *Twitter* da Biblioteca Central da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e da Biblioteca Central da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) quanto ao uso e os *links* anexados às postagens.

Foram realizadas observações sistemáticas nos perfis das bibliotecas universitárias e a aplicação de questionário aos responsáveis pela atualização dos perfis, de forma a coletar dados para promover conclusões referentes a este estudo.

Neste contexto, as funções das bibliotecas e suas práticas de interação com os usuários passaram por modificações ao longo da última década. A incorporação de tecnologias da *Web 2.0* em unidades de informação promoveu a criação de um novo espaço de organização, gerenciamento e disseminação de informação e conhecimentos através da facilidade de uso e acesso aos recursos da internet.

A seguir estão elencados a justificativa, os objetivos, o referencial teórico e a metodologia. Todos esses elementos foram imprescindíveis para a análise dos dados e para o embasamento das considerações finais acerca da pesquisa apresentada.

## 1.1 JUSTIFICATIVA

A Sociedade da Informação utiliza-se de tecnologias de armazenamento e fluxos de informação para a organização e produção do conhecimento. O acesso à *web* e o uso de suas ferramentas tornou-se uma realidade em bibliotecas, com a finalidade de promover a comunicação e disseminação de informações.

A *Web 2.0* proporcionou um novo ambiente virtual, que identifica o usuário como um sujeito ativo e que exerce participação através do compartilhamento de informações. A nova concepção de internet se transformou num espaço interativo, de trocas e criação através de ferramentas de colaboração entre os participantes.

A evolução dos produtos e serviços da internet colaborou para que as unidades de informação ampliassem a forma de comunicação com seus usuários, possibilitando a disseminação de informação através de canais interativos da *Web 2.0*. Os espaços de fluxo de práticas sociais, rápidas e objetivas promoveram novos elos de comunicação instantânea como exemplo deste fenômeno: o *Twitter*.

Percebeu-se que esta rede social ainda está em constante aprimoramento e que não existem estudos referentes ao seu uso em bibliotecas universitárias no Estado. Diante disso, verificou-se a necessidade de compreender a utilização dos perfis com maior incidência e sua forma de atuação. Dentre este aspecto, considerou-se a importância do *Twitter* como



ferramenta de disseminação da informação em tempo real e que a própria autora identifica-se pela forma de apresentação, capacidade de interagir e a forma de exposição de informações no perfil do *microblog*.

As bibliotecas passaram a utilizar as redes sociais para interagir e compartilhar informações *online* aos seus usuários. Assim, as bibliotecas que utilizam o *Twitter* como meio de compartilhamento de informações produzem diretamente um conteúdo coletivo. Essa temática vem sendo aplicada em várias unidades de informação e bibliotecas universitárias.

Nota-se que o *microblog*, por ser uma rede social e ferramenta digital que permite que aos usuários enviem atualizações pessoais e mensagens com textos com até 140 caracteres, tornou-se uma ferramenta multiplicadora de informações através dos *tweets*, *retweets* e *hashtags*. Em poucos segundos, uma informação no *Twitter* pode ser acessada por milhões de pessoas ao mesmo tempo e ampliando os canais de comunicação gerando novas informações entre os usuários desta rede social.

Todavia, os motivos para os quais foi escolhido o *Twitter* como estudo central desta pesquisa, preconiza-se por ser uma rede social rápida, ágil e disseminadora de informação em rápidos segundos e em poucos caracteres.

Segundo Jesus e Cunha (2012, p. 121):

[...] apesar do sucesso do *Twitter* na internet ser indiscutível, os centros de informação ainda estão receosos ao se depararem com tal ferramenta, talvez pelo desconhecimento dos profissionais da informação do potencial de um *microblog* como o *Twitter* no auxílio à divulgação das atividades das bibliotecas. Aos poucos, tal concepção vem se modificando e demonstram os exemplos dados por bibliotecas que buscam alternativas inovadoras, como a utilização desses *microblogs* para divulgação de seus produtos e serviços.

O acompanhamento e a inserção das bibliotecas no processo tecnológico demonstram o quanto às mesmas podem e devem oferecer produtos e serviços aos seus usuários através da *web*.

Para a escolha do estudo de caso foram identificados e acessados diariamente todos os perfis das bibliotecas Universitárias do Rio Grande do Sul para realização de observação sistemática da dinâmica utilizada em cada perfil. Esta observação resultou na identificação dos perfis das Bibliotecas Centrais

da UFRGS e PUCRS, os quais apresentaram consideráveis incidências de postagens, frequência e atualização diária.

Diante da exposição de tais motivos identificou-se o seguinte problema de pesquisa: De que forma as postagens são utilizadas como dispositivo de interação no *Twitter* de bibliotecas universitárias?

## 1.2 OBJETIVOS

Os objetivos a serem alcançados serão descritos a seguir.

### 1.2.1 Objetivo Geral

Analisar o uso do *Twitter* a partir das postagens e o dispositivo de interação nos perfis das Bibliotecas Centrais da UFRGS e PUCRS.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Discutir as características da *Web 2.0* e do *Twitter* e sua relação com as bibliotecas universitárias;
- b) identificar como é utilizado o *microblog* pelos perfis das Bibliotecas Centrais da UFRGS e PUCRS;
- c) interpretar as motivações relativas ao uso do *Twitter* segundo a concepção dos profissionais responsáveis pelas postagens;
- d) interpretar o conteúdo das postagens a partir da inserção dos *links* referente ao tipo de informação postado nos perfis;
- e) verificar o número de *tweets*, *retweets* e curtidas, a partir dos conteúdos publicados pelos perfis.

No tópico a seguir, apresentamos o referencial teórico que embasam tais interpretações.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

A contextualização teórica deste estudo é apresentada acerca dos seguintes conteúdos: bibliotecas universitárias; *Web 2.0*; *blogs*; *microblogs*; *Twitter*; Biblioteca 2.0. Os temas e suas respectivas abordagens estão relacionados ao problema e aos objetivos propostos pelo presente estudo.

### 2.1 BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

As bibliotecas universitárias constituem papéis essenciais nos processos de ensino, pesquisa e extensão no país. As suas principais funções destinam-se a intermediação do conhecimento científico e tecnológico com base a disponibilizá-lo à comunidade usuária como alunos de graduação, pós-graduação, professores, funcionários da respectiva instituição, assim como o público em geral. Para Damasio (2004, p. 6), biblioteca universitária “[...] é o elo entre o conhecimento e o usuário final, mesmo perante os atuais acervos digitalizados na internet, que contemplam pequena parte do conhecimento especializado”. Assim, a biblioteca universitária contribui para o fomento e desenvolvimento à pesquisa nas áreas de Ciência e Tecnologia, através da geração do conhecimento no âmbito da produção acadêmica e científica. Segundo Fujita (2005, p. 100):

A Universidade atua como organismo gerador, transmissor e receptor de conhecimentos e a biblioteca universitária torna-se consciente de sua função intermediadora realizando os processos documentários e preservando a informação para sua próxima transformação em conhecimento em uma espiral de evolução científica e tecnológica.

Segundo Job e Fonseca (2006, p. 13), “[...] as bibliotecas universitárias têm como missão a preservação do conhecimento produzido pelos componentes da comunidade acadêmica [...]”. Elas são responsáveis pelo depósito legal da Universidade, com o objetivo de preservar a memória científica e tecnológica produzida pela instituição.

A principal missão das Universidades consiste na criação de novos conhecimentos e, principalmente, em suscitar inovações. Estas se baseiam em

informação e em inúmeros tipos de processos de conhecimentos. Para realização de tal demanda, as instituições necessitam de informação atualizada e em tempo útil, para tanto as bibliotecas devem ser encaradas como parceiros estratégicos internos (AMANTE, 2007, p. 2). As bibliotecas necessitam assumir um papel pró-ativo junto à comunidade acadêmica, colaborando com os docentes e pesquisadores para o desenvolvimento do conhecimento científico.

As Universidades estão voltadas para atender as necessidades educacionais, culturais, tecnológicas e científicas do país e, as bibliotecas universitárias devem trabalhar visando os mesmos objetivos. Segundo Ferreira (1980, p. 7) as bibliotecas devem participar ativamente das iniciativas da Universidade, “[...] só poderão ter sentido se estiver em consonância com os programas de ensino e pesquisa das Universidades a que pertencem”.

As características fundamentais das bibliotecas universitárias estão relacionadas às que refletem o contexto e os objetivos das Universidades e, enquanto prestadora de serviços, devem apoiar as práticas e políticas das instituições as quais estão inseridas (AMANTE, 2007, p. 2).

Segundo Maciel e Mendonça (2000, p. 2) “elas não são instituições autônomas e organizações livres, e sim organizações dependentes de uma mantenedora, que reflete influências internas e externas do ambiente que as cercam”. A influência da biblioteca deve estar presente em todo o processo educacional e ser um dos principais instrumentos de que a Universidade dispõe para atingir suas finalidades (FERREIRA, 1980, p. 7).

As Bibliotecas Universitárias são organizações complexas, com múltiplas funções e uma série de procedimentos, produtos e serviços que foram desenvolvidos ao longo de décadas. No entanto, o seu propósito fundamental permaneceu o mesmo, isto é: proporcionar acesso ao conhecimento. Esse acesso ao conhecimento é que irá permitir que o estudante, o professor e o pesquisador possam realizar suas aprendizagens ao longo da vida (CUNHA, 2010, p. 88).

As bibliotecas universitárias atuam como suporte à infraestrutura bibliográfica e documental a qualquer comunidade acadêmica, é indispensável no processo de pesquisa, estudo e produção do conhecimento (ANZOLIN; CÔRREA, 2008, p. 803). O papel das bibliotecas como intermediadoras do ensino, pesquisa e aprendizagem favorecem o desenvolvimento de pesquisas

acadêmicas. As possibilidades de acesso à informação capacitam pessoas a formarem suas próprias ideias e tomarem suas próprias decisões (FERREIRA, 1980, p. 5).

Tarapanoff (1982, p. 82) destaca que os serviços que as bibliotecas universitárias oferecem, podem ser definidos, em três atividades básicas como: adquirir e armazenar materiais; identificar e localizar os materiais e apresentar estes materiais aos usuários da biblioteca, numa variedade de formas. A partir das inovações tecnológicas, estas atividades passaram a utilizar canais diretos de comunicação (novas mídias) para o tratamento, armazenamento e recuperação de dados.

Amaral e Guimarães (2002, p. 2) enfatizam que as bibliotecas que fazem uso da internet podem alcançar seus objetivos de forma mais efetiva, utilizando o espaço virtual para oferecer serviços e produtos, além de disponibilizar informações institucionais e estabelecer comunicação com seus usuários. Dessa forma, é possível atrair um número maior de usuários, em menor tempo e com baixo custo para a sua execução.

As bibliotecas universitárias precisaram reformular seus conceitos e paradigmas acerca do funcionamento e a própria relação biblioteca e o usuário, a partir do surgimento *web*. A rápida disseminação da informação e as ferramentas tecnológicas disponíveis exigiram da biblioteca e principalmente dos profissionais uma adaptação aos novos conceitos de tecnologia convergentes.

Segundo Ferrer (2012), relata que pesquisa realizada no Brasil, no ano de 2012, pela Interactive Advertising Bureau (IAB), com a perspectiva de analisar os hábitos dos internautas brasileiros e a verificar a relação destes usuários com a publicidade em geral, revelaram que “[...] 82% dos brasileiros com acesso a rede consideram a *web* uma ferramenta indispensável e essencial para a sobrevivência”. Através desta pesquisa, demonstra-se que a internet é uma ferramenta preferencialmente utilizada por jovens; todavia o uso da *web* é feito por pessoas de todas as idades, classes, regiões, como atividade preferida para entreter; “[...] além da *web* ser a principal mídia usada para gerar relacionamento entre as pessoas” (FERRER, 2012).

Em virtude desse cenário em construção, percebe-se a necessidade das bibliotecas universitárias de direcionarem e dinamizarem suas estratégias de

modo a desenvolver e reformular sua estrutura, trabalho e métodos gerenciais, a fim de apresentar respostas rápidas e eficientes às demandas da sociedade (CRESPO; RODRIGUES; MIRANDA, 2006, p. 3).

Através das novas tecnologias aliadas à informatização das bibliotecas ampliou-se o acesso virtual do acervo à sociedade, proporcionando maior qualificação dos serviços prestados. Os espaços de trocas de informação tornaram-se complexos e competentes com acesso direto dos usuários aos catálogos *online*, as plataformas sociais e ao suporte virtual de informações acadêmicas.

A Biblioteca Universitária conectada às novas tecnologias é responsável pela integração entre seus usuários e fontes de informação, contribuindo para o desenvolvimento dos cidadãos em perspectiva acadêmica. As tecnologias permitem o acesso ao conhecimento e as bibliotecas devem buscar ações e ferramentas que permitam filtrar, organizar e resumir informações que sejam úteis ao usuário independente do lugar em que eles se encontrem (REIS, 2008, p. 64).

O gerenciamento de novos paradigmas deve examinar as possibilidades atuais e futuras. Cunha destaca (2010, p. 88) que, “[...] o elemento-chave será a capacidade de as Universidades e, em especial, as bibliotecas assimilarem novos paradigmas”. Além disso, as bibliotecas universitárias devem gerenciar novos parâmetros de fluxos informacionais e de conhecimento, com vistas a oferecer novos serviços, produtos e tecnologias aos seus usuários de forma mais autônoma e eficiente.

Segundo Dib e Lima (2013, p. 100), é essencial repensar a biblioteca universitária como um todo, ampliando o conceito de biblioteca tradicional, embasada na posse da informação para um espaço facilitador da aprendizagem e de sociabilização e, ao mesmo tempo, represente fórum de interação e colaboração com a comunidade usuária. Desta forma, a tendência é que as bibliotecas propiciem o acesso a múltiplas fontes de informação (DIB; LIMA, 2013, p. 113).

Neste contexto, o surgimento da *Web 2.0* e suas ferramentas tecnológicas introduzem um conceito de inteligência coletiva, coordenada em

tempo real e com a dinâmica de compartilhar informações e criar novos conteúdos.

## 2.2 WEB 2.0

A revolução das tecnologias da informação e o advento da internet permitiram a construção de um novo espaço de comunicação, denominada de mídia eletrônica, com capacidade de armazenar e disseminar informações em tempo real. Além de caracterizar-se pela facilidade de tratamento e recuperação de dados.

A expressão *Web 2.0* surgiu durante uma série de conferências de empresas de mídia, entre elas a MediaLive International e a O'Reilly Media, realizada em São Francisco (EUA), em outubro de 2004. Este termo foi conceitualizado por Tim O'Reilly e Dale Dougherty para descrever as tendências e modelos de negócios que sobreviveram ao colapso econômico de empresas de tecnologia, na década de 90 (O' REILLY, 2005, p. 1).

A primeira fase da internet foi denominada de *Web 1.0* com ênfase a proporcionar acesso à informação a seus usuários. De acordo com as novas demandas tecnológicas, a plataforma necessitou de modificações para adequar-se as necessidades dos usuários, pois se caracterizava por ser estática com aplicativos fechados e pouco interativos. Os usuários não interferiam na produção dos conteúdos, não podiam modificá-los ou contribuir com a sua construção (O' REILLY, 2005, p. 1).

Segundo Conti e Pinto (2007, p. 199):

A *Web 1.0* trouxe grandes avanços no que diz respeito ao acesso à informação e ao conhecimento, porém a filosofia que estava por detrás do conceito de rede global foi sempre a do espaço aberto a todos, ou seja, sem um “dono” ou indivíduo que controlasse o acesso ou conteúdo publicado.

As alterações entre *Web 1.0* e *Web 2.0* são distinguidas através da participação e colaboração entre os participantes e seu papel ativo na construção de um conteúdo coletivo disponível a todos.

A partir do interesse de desenvolver uma internet de livre acesso e com interação entre os usuários, inicia a *Web 2.0*. Segundo O' Reilly (2005, p. 2), não é possível estabelecer fronteiras na *Web 2.0*, os limites não são precisos e claros no universo virtual.

Maness (2007, p. 44) interpreta a segunda geração da *web*, na qual defende a ideia de uma *Web 2.0* desenvolvida num espaço interativo, com referência a questões tecnológicas e multimídias.

O termo é agora amplamente usado e interpretado, mas *Web 2.0*, essencialmente, não é uma *Web* de publicação textual, mas uma *Web* de comunicação multisensitiva. Ela é uma matriz de diálogos, e não uma coleção de monólogos. Ela é uma *Web* centrada no usuário de maneira que ela não tem estado distante de ser (MANESS, 2007, p. 44).

Para Blattmann e Silva (2007, p. 198), a *Web 2.0* possui uma nova concepção, com conceito descentralizado, no qual o sujeito tem papel ativo e participativo na criação, seleção e troca dos conteúdos postados no ambiente virtual, especificamente, em plataformas abertas.

Quadro 1 - Principais ferramentas que representam a evolução da *web*

<i>WEB 1.0</i>	<i>WEB 2.0</i>
<b>Ofoto</b>	<b>Flickr</b>
<b>Mp3.com</b>	<b>Napster</b>
<b>Britannica Online</b>	<b>Wikipédia</b>
<b>Sites pessoais</b>	<b>Blogs</b>
<b>Publicar</b>	<b>Participar</b>
<b>Sistemas fechados</b>	<b>Wikis</b>
<b>Taxonomia (diretório)</b>	<b>Folksonomia (<i>tagging</i>)</b>

Fonte: BLATTMANN; SILVA, 2007, p. 198.

A evolução da *web* possibilitou a criação de espaços mais interativos com a capacidade de modificar e produzir novos conteúdos em ambientes virtuais.

Esses recursos atribuídos são possíveis devido a uma nova perspectiva descentralizada de internet denominada como internet 2.0, *Web 2.0* ou *Web Social*. Conforme Coutinho e Bottentuit Júnior (2007, p. 200):



[...] a *web* social emerge como um dos componentes mais relevantes da *Web 2.0*, ou seja, é um meio de utilização da rede global de forma colaborativa onde o conhecimento é compartilhado de forma coletiva e descentralizado de autoridade, com liberdade para utilizar e reeditar.

Blattmann e Silva (2007, p. 198), demonstraram sinteticamente as diferenças entre a primeira para a segunda geração da *web* e a evolução de suas principais ferramentas.

Primo (2007, p. 2) afirma que a “diferença da *Web 2.0* é que esta potencializa o compartilhamento de informações e a interação entre os usuários no ambiente virtual”. Conforme o autor, a *Web 2.0*:

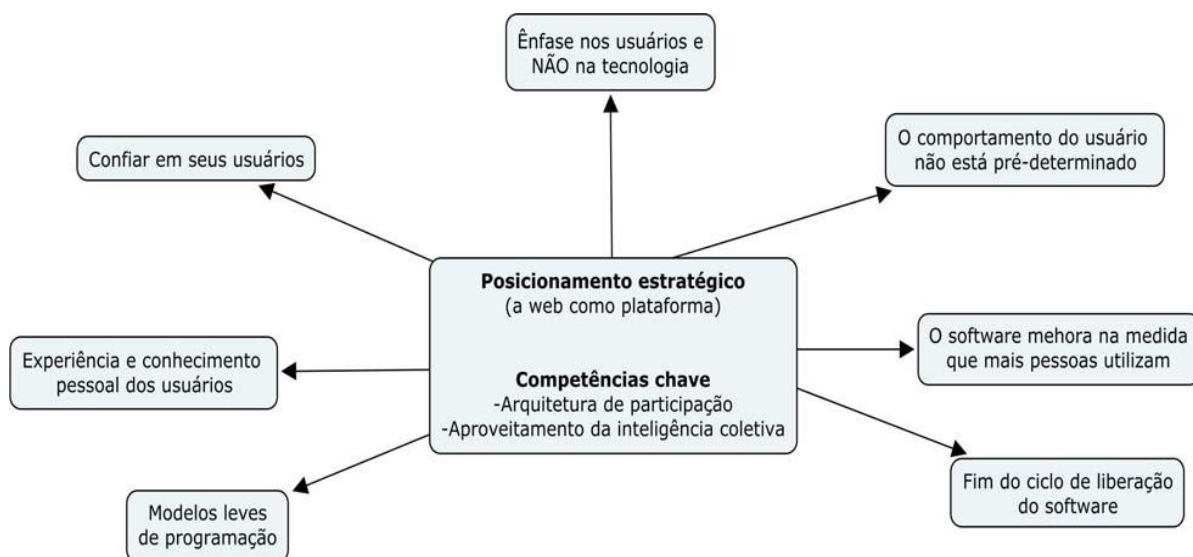
[...] tem repercussões sociais importantes, que potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática (PRIMO, 2007, p. 2).

De acordo com Santos (2010, p. 31), ao comparar a *Web 2.0* com a *web* tradicional, entende-se que a grande inovação da Internet 2.0 foi a descentralização dos conteúdos. Nesse sentido, o usuário torna-se ativo e capaz de produzir, trocar e reformular as informações disponíveis na rede. Coutinho e Bottentuit Junior (2007, p. 199) concordam com a afirmativa e salientam a facilidade do uso da internet e:

[...] com a introdução da *Web 2.0*, as pessoas passaram a produzir os seus próprios documentos e a publicá-los automaticamente na rede, sem a necessidade de grandes conhecimentos de programação e de ambientes sofisticados de informática.

A estrutura da *Web 2.0*, com formato dinâmico e colaborativo, que possibilita a interação entre os usuários, por meio de sites e comunidades de interesse em comum condiciona resultados de plataformas mais abertas e altamente dinâmicas em torno de sua funcionalidade (BLATMANN; SILVA, 2007, p. 199). As características da *Web 2.0* e suas principais alterações são demonstradas na figura apresentada a seguir.

Figura 1- As características da Web 2.0



Fonte: BLATTMANN; SILVA, 2007, p. 200.

A partir das ideias de Tim O' Reilly (2005) e Coutinho e Bottentuit Junior (2007, p. 200) desenvolveram uma lista com as principais características da Web 2.0:

- a) interfaces ricas e fáceis de usar;
- b) sucesso da ferramenta depende dos números de utilizadores, pois os mesmos podem ajudar a tornar o sistema melhor;
- c) gratuidade na maioria dos sistemas disponibilizados;
- d) maior facilidade de armazenamento de dados e criação de páginas *online*;
- e) vários utilizadores podem aceder à mesma página e editar as informações;
- f) as informações mudam quase que instantaneamente;
- g) os *sites/softwares* estão associados a outros aplicativos tornando-os mais ricos e produtivos e trabalhando na forma de plataforma (união de vários aplicativos);
- h) os *softwares* funcionam basicamente *online* ou podem utilizar sistemas *off-line* com opção para exportar informações de forma rápida e fácil para a *web*;

- i) os sistemas param de ter versões e passam a ser actualizados e corrigidos a todo instante, trazendo grandes benefícios para os utilizadores;
- j) os *softwares* da *Web 2.0* geralmente criam comunidades de pessoas interessadas em um determinado assunto;
- k) a actualização da informação é feita colaborativamente e torna-se mais fiável com o número de pessoas que acede e actualiza;
- l) com a utilização de *tags* em quase todos os aplicativos, ocorre um dos primeiros passos para a *web* semântica e a indexação correcta dos conteúdos disponibilizados.

Neste contexto, a proposta da *Web 2.0* torna possível o acesso e o compartilhamento de informações; promove novas perspectivas em torno do desenvolvimento de tecnologias mais avançadas e dispostas a integrar um número cada vez maior de usuários ao ambiente virtual. A evolução da *web* e de suas ferramentas de interação proporciona a modificação de costumes e novos paradigmas para a sociedade da informação. Dentre essas ferramentas, os *blogs* e os *microblogs* utilizados como ferramentas de mensagens como o *Twitter* interagem através plataformas de interação onde os atores sociais participam da construção do espaço virtual e da própria informação.

### 2.2.1 *Blogs*

O termo *weblog* foi criado no site pessoal “*Robot Wisdom Weblog*” em dezembro de 1997, pelo norte-americano Jorn Barger (MARQUES, 2009, p. 3). Schittine (2004, p. 60), destaca que a palavra *weblog* “é uma contradição em si mesma, uma contração de *web* (página na internet) e *log* (diário de bordo)”. Nesse sentido, Moura (2002, p. 2) afirma que os *blogs* são “páginas pessoais de carácter remissivo caracterizados pela inserção datada de informação a que qualquer leitor pode reagir através de comentários e mensagens”. Segundo Recuero (2004, p. 3),

[...] *weblog* surgiu como uma ferramenta simples de criar conteúdo dinâmico em um *website*. É baseado principalmente

em dois aspectos: microconteúdo, ou seja, pequenas porções de texto colocadas de cada vez, e atualização freqüente, quase sempre, diária.

Ciberdiários, webdiários, *weblogs* ou simplesmente *blogs* são práticas contemporâneas de escrita *online* (LEMOS, 2002, p. 3). Neste espaço virtual, o usuário pode escrever sobre sua vida privada, áreas de interesses e assuntos em geral. Os principais recursos dos *blogs* são os *posts*, os textos que podem ser alterados e apagados de acordo com a necessidade do autor.

Em dezembro de 1997, o termo “*weblog*” foi criado pelo norte americano Jorn Barger, para definir as páginas pessoais que utilizavam ferramentas que permitiam não só a ligação a outras páginas mais facilmente, como o uso de “*blogrolls*” (gestão de links) e “*trackbacks*” (gestão de arquivos), assim como comentários aos textos. Nos inícios de 1999, Peter Merholz, criou na sua página pessoal a palavra *blog* como diminutivo de “*weblog*”, mas também como uma forma verbal que foi depois popularizada pela criação do serviço Blogger da empresa Pyra em 1999 (MARQUES, 2009, p. 3).

Os *blogs* difundiram-se rapidamente, pela facilidade de produção de escrita e interação entre as pessoas no ambiente virtual. Na sua maioria, os *blogs* são de caráter pessoal ou informacional. Zago (2008, p. 5) destaca que os *blogs* pessoais, tipicamente assumem o formato de diário, concentram-se na divulgação de relatos e assuntos relacionados à vida do autor. Enquanto os *blogs* informacionais, caracterizam-se por apresentar em seus *posts*, citações ou comentários sobre outros artigos encontrados na própria web. Orduña (2007, p. 2), expõe uma definição, na qual afirma que:

*Weblogs* ou *blogs* são páginas pessoais da web que, à semelhança de diários on-line, tornaram possível a todos publicar na rede. Por ser a publicação on-line centralizada no usuário e nos conteúdos, e não na programação ou no design gráfico, os *blogs* multiplicaram o leque de ações dos internautas, de levar para a rede conteúdos próprios sem intermediários, atualizados e de grande visibilidade para os pesquisadores.

As estratégias cognitivas para a construção textual não necessitam de conhecimentos específicos e de linguagens de programação para a internet. Esta ferramenta caracteriza-se por ser recurso gratuito e disponível na internet,

definido como um espaço de construção de textos e publicações e utilizado de forma colaborativa. Conforme Di Luccio e Nicolaci-da-Costa (2010, p. 136),

o *blog* é um tipo de publicação *online* relativamente recente, com inúmeras possibilidades de recursos como o registro por escrito, os *posts*, os *links*, que conduzem o leitor numa teia não linear, e a caixa de comentários.

A estrutura interativa e colaborativa de um *blog* permite que um diálogo não se realize apenas entre os comentaristas, mas também com o próprio autor do *blog*. Para Recuero (2009, p. 31), a relação existente em um *blog* é uma interação construída, negociada e criativa. As interações não se limitam apenas a um comentário, mas sim, as relações entre as várias interações e as trocas realizadas entre os sujeitos participantes.

As primeiras plataformas de *microblogging* foram criadas em fevereiro e março de 2006, respectivamente, *Jaiku* e *Twitter*. Essas duas ferramentas foram pioneiras e, posteriormente, centenas de *microblogs* surgiram a partir da inclusão de novas funcionalidades ao que já oferecia o *Twitter* (ZAGO, 2008, p. 8). Os *microblogs* caracterizam-se por apresentarem microconteúdos em espaços simplificados com mensagens compactas com limitação de tamanho (caracteres). “As mensagens e atualizações são limitadas a 140 caracteres com a mobilidade de acessar via *web* ou através de SMS” (LEIVA; MENEZES, 2009, p. 5).

O desenvolvimento da comunicação instantânea com auxílio das plataformas móveis (*smartphones* e dispositivos portáteis) tornou-se simplificado e de alcance imediato. Segundo Pimenta e Patriota (2009, p. 6), “[...] as consultas de acesso à informação tornaram-se instantâneas e de qualquer lugar”. O autor afirma que, o *blog* transformou-se em um meio de comunicação baseado no imediato e “sem-fronteiras”, reflete um novo padrão de consumo de mídia e de produção de conteúdo.

Nesse caldeirão de influências nasce a blogagem curta, instantânea, telegráfica: o *microblog*. O ato de *microblogar*, como o dos *blogs*, no entanto segue a mesma lógica. Desde *microposts* de notícias a *microposts* pessoais ou profissionais, temos uma nova maneira de escrever e postar – uma tipologia específica dentro do gênero *blog* (PIMENTA; PATRIOTA, 2009, p. 6).

Neste contexto, os *microblogs* passaram a ser mais dinâmicos que os próprios *blogs* na disseminação da informação e cobertura de acontecimentos (ZAGO, 2011, p. 58). O *Twitter* como ferramenta pioneira e com maior popularidade em escala global tornou-se a mais acessada entre os usuários de *microblogs*, a partir da interação simultânea e conexões estabelecidas na rede.

### 2.2.2 *Twitter*

Criado em 2006, para ser uma ferramenta de uso interno para os funcionários da Obvius Corporation, uma empresa de *podcast*, o *Twitter* inicialmente era uma ferramenta para compartilhar amigos através de mensagens de SMS (ISRAEL, 2009 *apud* ZAGO, 2011, p. 38). De acordo com Sobreira et al. (2009, p. 7), “[...] em março de 2006, Jack Dorsey, um programador de *softwares*, criou juntamente com seus colegas, o site *twitter.com* pela empresa Obvious Corporation, da cidade de São Francisco”. Em julho de 2006, o serviço foi disponibilizado ao público. Em outubro de 2006, o *Twitter* torna-se uma companhia autônoma chamada *Twitter Corporation*, também na cidade de São Francisco (EUA).

Em março de 2007, o *Twitter* recebeu um impulso de divulgação em um evento de tecnologia, o SXSW (*South by Southwest*). Desde então, o *Twitter* passou a ser constantemente apropriado e adaptado por seus usuários, os quais levaram o surgimento de convenções e recursos hoje próprios do sistema como *replies*, *hashtags*, *retweets*, entre outros, - a limitação de 140 caracteres a cada atualização “fez com que surgisse um novo sistema de microssintaxe específico ao *Twitter* (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 111).

O *Twitter*<sup>1</sup> é uma rede social e ferramenta para *microblogging* que permite que os usuários enviem atualizações pessoais e mensagens com textos com até 140 caracteres. Distingue-se por ser uma ferramenta de caráter híbrido entre *blog* e rede social (BOYD; GOLDBER; LOTAN, 2010), devido à simplificação e forma de utilização a partir de dispositivos móveis.

---

<sup>1</sup> [www.twitter.com](http://www.twitter.com)

*Microblogs*, enquanto formato típico da *web* podem ser considerados como uma espécie de “*blog* simplificado”, e como tal podem ser adaptados para a utilização a partir de dispositivos móveis – por isso, geralmente, as ferramentas de *microblog* trazem uma limitação de tamanho para as suas atualizações (ZAGO, 2011, p. 35).

As mensagens podem ser enviadas através de *smartphones*, celulares (SMS -*Short Message Service*), *e-mail*, *site* oficial ou programa especializado. O *Twitter* como ferramenta de formato versátil e de compartilhamento de mensagens curtas, com limitação de tamanho de até 140 caracteres possibilita instantaneamente a disseminação e a circulação de informações em tempo real.

O formato e estrutura do *microblog* convencionado a recursos com sistemas próprios como *replies*, *hashtags*, *retweets* aplicaram-se a uma capacidade instantânea de informação curta e disseminadora. As *hashtags* são *tags* (etiquetas) precedidas do símbolo # (*hash*, em inglês), que identificam o assunto a ser tratado no próprio *tweet* (ZAGO, 2011, p. 36). Enquanto, os *replies* são respostas enviadas e direcionadas àqueles que realizaram o *tweet*, uma comunicação interativa dos participantes do *microblog*. Segundo Boyd, Golder e Lotan (2010), “a estrutura do *retweeting* é equivalente ao encaminhamento de *e-mail*, onde os usuários postam mensagens originalmente postadas por outros”.

Além de exercer um papel de conectar pessoas, sendo que os participantes podem seguir ou serem seguidos por outros perfis; mesmo que o perfil esteja conectado a apenas a outro perfil haverá apenas alguns graus de separação entre um sujeito e milhares de pessoas e informações, que tuitam ao redor do mundo (ISRAEL, 2009 *apud* ZAGO, 2011, p. 38).

Segundo Santaella (2010, p. 8), “as redes sociais são plataformas-rebentos da *Web 2.0*, definidas como redes colaborativas que utilizam *tags* (etiquetas) como meio de compartilhamento e intercâmbio de informações”. Em consonância com esta afirmativa, Zago (2011, p. 40) salienta que “rede social é apenas mais uma faceta do *Twitter*. Ele também pode ser visto como uma ferramenta para o compartilhamento e troca de informações”. Segundo Boyd, Golder e Lotan (2010) definem a estrutura do *Twitter* como:

[...] dispersa conversa através de uma rede de atores interligados vez de restringir conversas com espaços delimitados ou grupos, muitas pessoas podem falar sobre determinados temas de uma só vez, de modo que os outros têm a sensação de estar rodeado de uma conversa, apesar de talvez não ser um colaborador ativo. O fluxo de mensagens fornecidas pelo *Twitter* permite que os indivíduos sejam periféricamente conscientes sem participar diretamente.

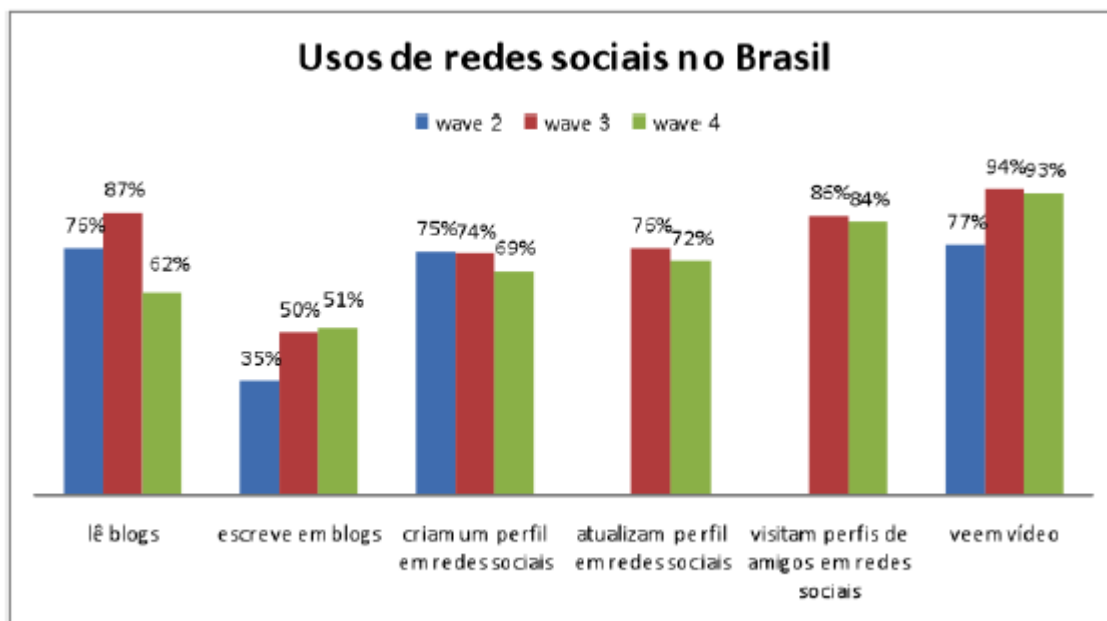
O crescimento e a expansão do uso de ferramentas de interação e comunicação entre a sociedade concretizam a premissa de que o foco das redes sociais é interagir e colaborar com a produção de novas informações. Recuero e Zago (2011, p. 2) afirmam que “o uso do *Twitter* para acesso à informação é corrente tanto para os usuários que investem no tempo da busca e divulgação de informações para seus contatos, quanto por veículos de mídia”.

O foco do *Twitter* é proporcionar a convergência, em um mesmo fluxo, de múltiplos fluxos informacionais provenientes de todos os diversos canais que possam ser de interesse para o usuário ao mesmo tempo em que a postagem de conteúdo feita pelo usuário irá determinar o fluxo e a natureza de seus novos seguidores (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 68).

Acessar essas ferramentas viabiliza o processo de comunicação e criação de novos laços sociais. Criar e atualizar perfis em redes sociais é um meio de anexar à sua rede social e interagir com os demais participantes (RECUERO, 2009, p. 102). Esta afirmativa pode ser observada na Figura 2, que apresenta índices de usos de redes sociais no Brasil e as diversas formas de utilização das mesmas.

Figura 2 - Uso das redes sociais no Brasil





Fonte: OLIVEIRA, 2010, p. 18.

A partir dos números apresentados na figura, identificamos o crescimento do uso das redes sociais no Brasil e a forma como são utilizadas, visto que o processo de leitura é maior do que a escrita nos *blogs*. A criação, atualização, visita a perfis e visualizações de vídeos tornaram-se práticas diárias na vida dos sujeitos que acessam a rede.

O *Twitter* como ferramenta comunicacional de interação entre os usuários, é uma plataforma com informações, notícias e conteúdos em tempo real aos acontecimentos, como afirma Seixas (2009, p. 45):

O *Twitter* foi o precursor, aquele que definiu o conceito, as novas possibilidades e a nova forma de irrigar o mundo com conteúdo. Permitiu que uma verdadeira legião de programas, sites e *mash-ups* pudessem proporcionar formas diferentes de publicar e interagir com a quantidade colossal de mini-conteúdos já disponível nesse pequeno, e crescente, universo. Já se percebe que ao redor dessa plataforma se forma uma economia própria, onde ela própria é o início e o fim, o meio e o objetivo.

O potencial informacional do *Twitter* aliado à liberdade de acesso e de expressão representa a versatilidade e possibilidade de novos usos das ferramentas digitais. A criação de perfis por parte das instituições acadêmicas, bibliotecas ou unidades de informação transcende um processo de atualização e adequação às necessidades dos usuários e a uma nova tendência do uso da

internet interativa e convergente. Além disso, podem ser encontradas nas postagens no *Twitter* das bibliotecas um dispositivo hipertextual de extrema importância que é o *link*.

### 2.2.3 Links

A *web* teve um crescimento importante, no qual os *links* têm um papel essencial para composição hipertextual (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012, p. 139) pois permitem a ligação entre dois blocos de texto. De acordo com as autoras, “os *hiperlinks* têm sido objeto de muitos estudos em várias áreas do conhecimento, que abordam tipos, funções, significados e motivações, bem como impacto social e implicações econômicas” desses elos (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012, p. 140).

No que se refere ao *Twitter* o papel central do *link* é conectar páginas a um determinado perfil, dentro do mesmo texto ou migrando para outros espaços. Ao realizar esta conexão constitui os laços da própria *web*, o que implica em novas relações estabelecidas entre a biblioteca universitária e o universo de informações disponíveis em rede. Ainda assim o conhecimento sobre os *links* na *web* ainda é incipiente, devido à dificuldade de identificar a sua real função e em razão de que não existam regras definidas que devam ser respeitadas pelos usuários.

A partir de tais ligações é possível compartilhar textos, arquivos, fotos ou notícias pertinentes à biblioteca e seus usuários. Especificamente em relação ao *Twitter* foram criados os encurtadores de *links* que são sites em que se pode utilizar o *link* de outro site ou de uma imagem, e encurtá-los de modo que caibam em uma postagem de até 140 caracteres, permitindo ao usuário escrever do que trata o assunto do *link* (CANELAS; VALENCIA, 2012, p. 25).

Muitos *tweets* divulgam *links* que contém informações para fora do *site* e que são publicadas para seus seguidores. Estes repassam àqueles que os seguem, mas também publicam em outras redes sociais. Segundo Sousa (2011, p. 20), os *links* instauram formas diferenciadas de leitura e escrita, que requer formas de comportamento de uso e de produção de informações. Além disso, essas práticas determinam uma ampliação relativa a abrangência das informações disseminadas. Dessa forma, em relação a biblioteca universitária,

os *retweets* implicam em um novo comportamento referente ao uso da informação.

No *Twitter*, os *links* podem ser anexados aos *posts* de forma a ampliar os conteúdos divulgados, visto que é uma ferramenta com poucos caracteres para informar acerca de questões pertinentes para o usuário, sendo que o *link* realiza a conexão de redirecionamento das informações para outros *sites*.

Este aspecto é um ponto determinante do *microblog*, que permite criar uma esfera de informações em grande escala e ao mesmo tempo direcionar informações completas através dos *links* inseridos. É evidenciado que o nível de popularidade e visibilidade do perfil aumenta quando são postados *links* e informações adicionais, sobrepondo-se às conexões e tornando-se um atrativo de composição hipertextual na rede. Nesse sentido, há uma criação de vínculo entre os participantes, simplesmente pelo fato de acessar o perfil e redirecionar os *links* postados. Segundo Sousa (2011, p. 34),

[...] no blog o link passa a ser objeto de trajeto em meio a trilha proposta, pois o leitor está diante de possibilidades de rearticular o que foi definido, interferindo no contexto de produção. As possibilidades ultrapassam a questão da forma da construção textual [...].

A postagem condicionada à multiplicidade de assuntos coexiste através do link, que permite o acesso, a leitura e os comentários dos usuários participantes do perfil. O *link* não pode ser considerado apenas um elemento de composição da mensagem, mas sim um trajeto onde é possível compor redes de informação, através dos fundamentos da *Web 2.0*.

Tendo em vista, essa dinâmica de ser um *microblog* que atribui visibilidade a partir dos conteúdos e informações postadas com *links*, o gerenciamento da ferramenta vinculada às bibliotecas universitárias implica em um processo que demanda tempo de pesquisa e habilidade com as ferramentas digitais.

Nesse sentido, o profissional bibliotecário deve encaminhar o acesso ao *link* em meio à postagem, mas o usuário através do seu caminho de leitura produz e elege as relações entre o texto postado e suas próprias construções intelectuais. Para Anderson (2006) os *links* têm a função de quantificar as interações que ocorrem entre diferentes instituições [...]. Dessa forma os *links*

representam um valor relacionado às postagens e as interações realizadas entre produtores e consumidores de informação.

O uso de *links* no *Twitter* de bibliotecas universitárias redinamiza as informações a serem postadas pelo perfil. A publicação de mensagens curtas que possam ser acessadas via *smartphones*, *tablets* e *notebooks* tornam-se estratégias fundamentais de disseminação da informação, permitindo uma adequação ao comportamento de seus usuários que emergem na era digital. Acerca desse comportamento baseado na interação trata o tópico posterior.

## 2.2.4 Interação

As novas ferramentas tecnológicas e o aparato da mídia eletrônica criaram um espaço de interação e colaboração entre os sujeitos participantes no cenário virtual. Denominado de ciberespaço, o mesmo é construído pela mediação entre o computador e seus atores sociais (PRIMO, 2007, p. 62).

Lévy (1999, p. 92) define ciberespaço como o “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. A definição pressupõe o papel do ciberespaço como um espaço de interação entre os indivíduos e a própria informação.

Recuero (2009, p. 29), quando analisa o processo de interação, expõe que:

A interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social. Os autores entendem que a interação atua diretamente sobre a definição da natureza das relações entre aqueles envolvidos no sistema interacional. A interação, pois, tem sempre um caráter social perene e diretamente relacionado ao processo comunicativo.

As redes sociais são exemplos dessa mediação, de tal forma que o *Twitter* como uma ferramenta de publicação de mensagens que tem o objetivo de disseminar informações em um processo rápido de interação entre os usuários.

As micromensagens com publicações até 140 caracteres, onde os usuários são convidados a responder perguntas suscitam o estabelecimento de interações entre os participantes da ferramenta. É possível construir uma

página e “seguir” e ser “seguido” por outros *Twitters*, sendo que cada perfil tem suas mensagens publicadas (*tweets*) aos seus seguidores (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012, p. 91). Outra opção de interação é curtir a mensagem postada, o que normalmente não é uma forma recorrente de apreciar *um post*, mas sim, retuítá-la e passar adiante as informações que lhe são interessantes. Além disso, é possível optar por seguir outros seguidores e acompanhar suas publicações.

As mensagens que utilizam o símbolo @ seguidas do nome de um usuário tornam-se *links* e podem ser localizadas pelo usuário citado, nas quais aparece para ele uma aba chamada de respostas ou “*replies*”. Também é possível repassar mensagens aos usuários que são seguidos e aos seus seguidores, apenas clicando em “*retweet*”, um ícone abaixo da mensagem postada.

Percebe-se que é um processo gradual onde as pessoas interagem simultaneamente e podem conseguir níveis altos de interação referente a um determinado assunto. Para isso, a postagem precisa ser de interesse de um amplo número de usuários, ou seja, é necessário estar conectado às tendências que o usuário prefere ler e saber.

A possibilidade de atualização instantânea, de postagens curtas e mais objetivas, de um sistema de interação composto por “seguidores” que podem escolher assuntos e pessoas a partir do seu interesse, aliados à tecnologia *microblogging*, fizeram do *Twitter* uma das redes sociais mais utilizadas no Brasil e no mundo (CANELAS; VALENCIA, 2012, p. 22).

Para Recuero (2009, p. 116), o *Twitter* possui a capacidade de difundir informações através das conexões entre os seus participantes. A interação e a conexão entre seus usuários a partir de seus interesses em comum produzem substancialmente o que é denominado de “capital social cognitivo”. A utilização dessa ferramenta pode ultrapassar laços sociais, podendo criar novas possibilidades como gerar/receber informações ou transmitir conhecimento.

A influência desse tipo de comunicação na sociedade e na vida cotidiana produz novas formas de conectar-se e estabelecer relações e formar comunidades. Conti e Pinto (2010, p. 12) afirmam que as ferramentas de colaboração foram:

[...] criadas para permitir a interação entre usuários de diferentes locais, as ferramentas colaborativas são instrumentos tecnológicos concebidos para permitir a troca de informações e conhecimentos entre os internautas.

Primo (2007, p. 62), estabelece uma tipologia para tratar a interação mediada pelo computador. Para o autor, existem duas formas de interação: a interação mútua e a interação reativa. Essa perspectiva é diferenciada através do relacionamento entre os participantes que interagem no universo virtual. Assim:

[...] interação mútua é aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada da relação, afetando-se mutuamente; já a interação reativa é limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta (PRIMO, 2007, p. 62).

A conexão e a circulação de informações num ambiente pluralista potencializam as capacidades humanas, assim como as diferenciam, aproveitando os conhecimentos gerados pelos participantes, promovendo a criação de um rico conteúdo coletivo. Assim, o ciberespaço torna-se um ambiente interativo, complexo e descentralizado com a finalidade de transmitir informações em uma comunicação mediada por novas tecnologias.

A partir desses fenômenos, as bibliotecas universitárias podem desenvolver estratégias para disseminar informações entre os usuários, por meio do *Twitter*, alcançando um público que poderá interagir através do compartilhamento de informações.

As bibliotecas mais do que nunca devem utilizar as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e das ferramentas da *web* para interagir com os seus usuários. Desta forma, os profissionais bibliotecários identificam através das interações dos usuários, os interesses e preferências, visualizando mudanças e melhorias na prestação do serviços e produtos. Segundo Canelas e Valencia (2012, p. 28) existem bibliotecas:

[...] que utilizam o *Twitter* para estabelecer laços sociais com o seu público e alcançar internautas que estão fora do contexto físico (comunidade) de uma biblioteca específica, mas que se identificam com o conteúdo disseminado na *web*".

Portanto, o *Twitter* é uma ferramenta de interação rápida e fácil acesso, que ainda não possui uma efetiva inserção no mundo virtual das bibliotecas universitárias. Sendo uma contradição, visto que o perfil majoritário da comunidade usuária é jovem e conectado às redes sociais em tempo real. Não adaptar-se a esta realidade é não interagir com aquele que é a razão da existência de uma biblioteca: o próprio usuário. Resta saber, como as bibliotecas universitárias estão atualmente cumprindo esse propósito.

### **2.2.5 Biblioteca 2.0**

O conceito de Biblioteca 2.0 foi estabelecido por Michael Casey no *blog Library Crunch*, agregando as atividades e práticas desenvolvidas pela área da Biblioteconomia e Ciência da Informação às ferramentas da *Web 2.0*. Pereira, Grants e Bem (2010, p. 3) afirmam que, essas ferramentas "podem ser utilizadas para permitir uma rica troca de conteúdos e compartilhamentos de informações com os usuários". Os autores destacam que a biblioteca como instituição responsável pela organização e disseminação nos mais diversos suportes, não poderia estar distante dessas mudanças tecnológicas.

Para Maness (2007, p. 45) a Biblioteca 2.0:

[...] é uma comunidade virtual centrada no usuário. Ela é socialmente rica, quase sempre um espaço eletrônico igualitário. Enquanto que o Bibliotecário 2.0 deveria atuar como um facilitador e prover suporte, ele ou ela não é necessariamente o primeiro responsável pela criação do conteúdo. Os usuários interagem e criam recursos (conteúdo) uns com os outros e com os bibliotecários. De várias formas, é uma realidade virtual para bibliotecas, uma manifestação *Web* da biblioteca como lugar. Uma presença da biblioteca na *Web* em Biblioteca 2.0 inclui a presença da constituição daquela biblioteca e utiliza tanto as mesmas aplicações e tecnologias como sua comunidade [...].

A Biblioteca 2.0 como comunidade virtual que interage com os usuários, cria novos conteúdos, promove o acesso e o compartilhamento de informações. Esse modelo é compatível e útil às bibliotecas universitárias, que possuem características adequadas ao desenvolvimento desse processo de interação e colaboração entre biblioteca e usuários. Assim,

[...] o uso cada vez maior de ferramentas de colaboração entre pessoas e entre organizações. Se as inovações atuais são indicadores do que se pode esperar daqui para frente, o futuro nos reserva um imenso manancial de ferramentas. Espera-se uma grande evolução neste sentido. Essa evolução será menos de natureza tecnológica e mais associada com novos comportamentos face à informação e ao conhecimento (BARBOSA; SEPÚLVEDA; COSTA, 2009, p. 22)

Maness (2007, p. 44) define que uma teoria para a Biblioteca 2.0 elencando quatro elementos essenciais:

**É centrada no usuário.** Usuários participam na criação de conteúdos e serviços que eles vêem na presença da biblioteca na *web*, OPAC, etc. O consumo e a criação do conteúdo é dinâmica, e por isso as funções do bibliotecário e do usuário nem sempre são claras.

**Oferece uma experiência multimídia.** Ambos, coleções e serviços de Biblioteca 2.0, contêm componentes de áudio e vídeo.

**É socialmente rica.** A presença da biblioteca na *web* inclui a presença dos usuários. Há tanto formas síncronas (ex. MI) e assíncrona (ex. *wikis*) para os usuários se comunicarem entre si e com os bibliotecários.

**É comunitariamente inovadora.** Baseia-se no fundamento das bibliotecas como serviço comunitário, mas entende que as comunidades mudam, e as bibliotecas não devem apenas mudar com elas, elas devem permitir que os usuários mudem a biblioteca. Ela busca continuamente mudar seus serviços, achar novas formas de permitir que as comunidades, não somente indivíduos, busquem, achem e utilizem à informação.

As diferenças entre Biblioteca 1.0 e Biblioteca 2.0 são demonstradas no Quadro 2, a fim de exemplificar os aspectos que pressupõe o uso da *web* 2.0 e a própria evolução da mesma no desenvolvimento de atividades em uma unidade de informação.



Quadro 2 - Evolução da Biblioteca 1.0 para a Biblioteca 2.0

<b>Biblioteca 1.0 (Library 1.0)</b>	<b>Biblioteca 1.0 (Library 1.0)</b>
Correio eletrônico e páginas de questões mais frequentes (FAQ)	Serviço de referência via bate-papo (Chat)
Tutorial baseado no texto	Mídia interativa (Streaming media) em base de dados
Listas de correio eletrônico, <i>webmasters</i>	<i>Blogs, wikis</i> , leitoras de RSS
Esquemas de classificação controlada	Indexação com base em esquemas controlados
Catálogo impresso	Catálogos com agregados, <i>blogs, wikis</i> e páginas da <i>web</i> .

Fonte: BLATMANN; SILVA, 2007, p. 196.

A mudança paradigmática no uso da *Web 2.0* em bibliotecas constituirá uma significativa transformação nos serviços oferecidos à comunidade; estes estarão imbuídos de facilitar, substancialmente a transferência de informações. De acordo com Aguiar (2012, p. 35), as bibliotecas universitárias:

[...] precisam encontrar o equilíbrio entre a adaptação ao novo e a manutenção dos serviços tradicionais, sem a necessidade rupturas extremas, entendo que a sua modernização e a atualização visa melhor cumprir sua função primordial: promover a infraestrutura bibliográfica, documentária e informacional para apoiar as atividades da universidade e de seu público, que, por sua vez, utiliza novas ferramentas e possui novas particularidades.

A disposição de contribuir com a disseminação do conhecimento agregando a facilidade de manuseio de ferramentas de colaboração e tecnologias de multimídia indicam a expansão de pressupostos de uma biblioteca focada em inovações tecnológicas e na participação da comunidade usuária.

### 3 METODOLOGIA

Nesta seção são apresentadas as informações relativas à metodologia empregada no presente estudo.

#### 3.1 ABORDAGEM E TIPO DE PESQUISA

Estudo de caráter exploratório de natureza quanti-qualitativo, baseado na técnica de análise de conteúdo. Através de pesquisa bibliográfica foi viabilizado o estabelecimento de relações teóricas com o *corpus* de dados analisados, assim como com as respostas advindas dos instrumentos de pesquisa aplicados acerca do problema observado.

A técnica de análise de conteúdo permitiu a realização de uma descrição sistemática, objetiva e quantitativa do conteúdo (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 223). Essa técnica possibilitou a descrição dos conteúdos presentes nos documentos com base a examinar as informações contidas no material e a relação a partir dos *links* encontrados.

Segundo Gil (2002, p. 89), a análise de conteúdo se desenvolveu em três etapas: “a primeira, a pré-análise, com a escolha dos documentos e a preparação do material; a segunda, a exploração de material, através das unidades, a numeração e classificação; a terceira, constituída do tratamento, inferência e interpretação dos dados”. Assim, no processo de análise e interpretação, o pesquisador elaborou constantemente as explicações sobre o fenômeno estudado, identificando os sentidos e as inter-relações entre as múltiplas variáveis.

#### 3.2 ETAPAS DE PESQUISA

A fase inicial de coleta de dados, desenvolveu-se em 3 (três) etapas. Foram realizadas observações sistemáticas nos perfis do *Twitter* de todas as Universidades do Rio Grande do Sul; foram consideradas as postagens de forma quantitativa referente ao levantamento de frequência, incidência de *tweets* e *retweets*.

A abordagem de cunho quantitativo foi realizada através de resultados estruturados e generalizáveis, definida como um estudo objetivo com a possibilidade direta de análise de dados (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 88). Posteriormente, buscaram-se compreender o conjunto de significados existentes nos dados e nas mensurações obtidas nas pesquisas, através de questionário aplicado aos bibliotecários responsáveis pela atualização. Conforme Neves (1996, p.1), a pesquisa qualitativa procura compreender e traduzir o sentido dos fenômenos do mundo social, com vistas a minimizar a distância entre sujeito e objeto, entre teoria e dados, entre contexto e ação.

O estudo justificou-se como de caráter exploratório, visto que proporcionou maior familiaridade com o problema em questão e o aprimoramento de ideias, com o propósito de torná-lo mais explícito ou a desenvolver hipóteses; e, apresentou a descrição das características de determinada população ou fenômeno (GIL, 2002, p. 42).

Segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 187),

são estudos exploratórios que têm por objetivo descrever completamente determinado fenômeno, como, por exemplo, o estudo de um caso para o qual são realizadas análises empíricas e teóricas. Podem ser encontradas tanto descrições quantitativas e/ou qualitativas quanto acumulação de informações detalhadas como as obtidas por intermédio da observação participante. Dá-se precedência ao caráter representativo sistemático e, em consequência, os procedimentos de amostragem são flexíveis.

O estudo exploratório envolve pesquisa bibliográfica; contato com os sujeitos que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e exemplos que possibilitem a compreensão do fenômeno (GIL, 2002, p. 41).

Este método visou compreender os fenômenos e suas respectivas relações, visando obter informações e dados para análise deste trabalho. As estratégias de pesquisa adequadas à aplicação de mais de um procedimento metodológico, acrescenta riqueza de detalhes e interpretações, possibilitando maior precisão e objetividade na apresentação de resultados.

### 3.3 OPÇÕES METODOLÓGICAS

Para realização deste estudo foram estabelecidos procedimentos de coleta para busca e organização de dados.

No primeiro momento, foi realizado um levantamento no *Google* para verificar quais e quantas eram as Universidades presentes no Rio Grande do Sul, e, assim suas respectivas bibliotecas. Apurou-se um total de 18 (dezoito) Universidades no Estado, através da associação de palavras-chave como Universidade e Rio Grande do Sul. Não foram consideradas para fim deste estudo as Faculdades, Centros Universitários e Institutos de Ensino Superior visto abranger apenas um tipo de Organização. Com este levantamento, foram acessados os *sites* das Universidades e, posteriormente, os *links* das bibliotecas de cada instituição para averiguar a participação destas nas redes sociais, essencialmente, o *Twitter*. A busca pelos perfis de todas as bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul, também foi realizada pela ferramenta de busca do próprio *microblog*.

Do número total, 11 (onze) Universidades presentes no Estado estão conectadas ao *Twitter*: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), Universidade Federal do Rio Grande (FURG), Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA), Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Universidade de Caxias do Sul (UCS), Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), apenas 7 (sete) não possuem perfis no *microblog* como Universidade Católica de Pelotas (UCPEL), Universidade de Passo Fundo (UPF), Universidade Luterana do Brasil (ULBRA), Universidade de Cruz Alta (UNICRUZ), Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ), Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI), Universidade da Região da Campanha (URCAMP).

Para que pudessem ser analisados os conteúdos das postagens (*tweets*) e dos *links* do perfil da Biblioteca Central da UFRGS e da Biblioteca Central da PUCRS no *Twitter*, houve a necessidade do pesquisador se cadastrar no *microblog* para verificar a dinâmica desenvolvida através do número de postagens, a frequência e os conteúdos disseminados na rede social.

No segundo momento, após o levantamento dos perfis das bibliotecas universitárias, os mesmos foram seguidos e acessados diariamente para a realização de observações sistemáticas. Todavia, vários perfis no *microblog* realizaram postagens com conteúdos colaborativos para o meio científico e acadêmico. Além disso, foram analisados os *links* postados nos *tweets* dos referidos perfis.

As observações e a coleta de dados no *microblog* determinaram a cobertura do período dos meses de março a julho de 2013, posterior ao início das atividades acadêmicas; devido à sazonalidade do período do ano letivo e a maior incidência de postagens neste espaço temporal.

Em razão de tais opções o corpus da pesquisa foi constituído de 97 (noventa e sete) postagens relativas ao perfil da Biblioteca Central da UFRGS e 210 (duzentas e dez) postagens concernentes ao perfil da Biblioteca Central da PUCRS, referente ao período citado acima.

Os dados foram organizados e inseridos em uma planilha do *Microsoft Office Excel* com os tópicos evidenciados durante as observações sistemáticas. Durante este período, enquanto era realizada a coleta de dados nos perfis citados, foram efetuadas ligações telefônicas para as bibliotecas universitárias para verificar a possibilidade da aplicação de um questionário enviado por *e-mail* aos responsáveis pela atualização dos perfis em cada biblioteca. Os questionários foram enviados e retornaram para análise, para verificação com os dados e informações fornecidas pelas instituições.

As categorias de análise foram obtidas a priori dos estudos de Kim (2000) referente às “motivações para *linkar*” que são as subcategorias acadêmicas, sociais e tecnológicas; onde consta qual a motivação do uso *link* para ampliar informações ao usuário. Os estudos de Sousa (2011), que incidiu sobre categoria “documento remetido” que indica para onde o *link* é remetido, para qual fonte de informação, que está agregado a este documento. As outras categorias foram elencadas de acordo com as informações contidas na postagem, e as próprias observações sistemáticas tornaram possíveis tais indicações.

### 3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

As técnicas escolhidas para a coleta foram a organização e inserção de dados uma planilha no Programa *Microsoft Office Excel* com os seguintes tópicos: *link*, motivações pra *linkar*, data, documento remetido, extensão, tipo de informação, temática, número de *retweets* e curtidas. Através destes, foram estabelecidas categorias para interpretar as informações para verificar e proporcionar resultados referentes aos conteúdos postados pelos perfis. Outro instrumento empregado foi o questionário aplicado aos responsáveis pela atualização do perfil no *microblog* das bibliotecas anteriormente citadas.

Para Delzin e Lincoln (2006, p. 19), “[...] o uso de múltiplos métodos de coleta de dados, assegura uma compreensão em profundidade acerca do fenômeno estudado”. A utilização de diferentes métodos proporciona uma maior riqueza de detalhes e informações, a fim de qualificar as análises dos conteúdos extraídos através das técnicas empregadas.

As observações sistemáticas foram essenciais para identificar quais bibliotecas possuíam perfis com frequência e atualização de postagens constantes.

A observação é uma técnica de coleta de dados para conseguir informações e utiliza os sentidos na obtenção de determinados aspectos da realidade. Não consiste apenas em ver e ouvir, mas também em examinar fatos ou fenômenos que se desejam estudar (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 189).

O questionário caracteriza-se por ser um instrumento de coleta de dados, com perguntas ordenadas e que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do pesquisador (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 200). Essa técnica consistiu em responder os questionamentos apresentados nos objetivos específicos da pesquisa, conforme itens pré-estabelecidos (GIL, 2002, p. 116). A elaboração de um questionário necessitou de observação precisa, com ênfase a identificar a ordem das perguntas, as questões a serem apresentadas e o conhecimento sobre o objeto do estudo.

Existem três formas de perguntas aplicadas em questionários perguntas abertas; perguntas fechadas ou dicotômicas; perguntas de múltipla escolha. Neste estudo, aplicou-se um questionário (APÊNDICE A), com 3 (três)

perguntas fechadas e 5 (cinco) perguntas abertas. As perguntas abertas são de caráter livre, o entrevistado pode apresentar as suas próprias opiniões e se expressar livremente. As perguntas fechadas ou dicotômicas são limitadas e com alternativas fixas, o entrevistado escolhe entre as opções apresentadas. O questionário foi enviado através de *e-mail* para as instituições universitárias. Juntamente, foi anexada uma carta (APÊNDICE B), explicando a natureza da pesquisa com a finalidade de despertar o interesse do entrevistado pelo assunto proposto, preenchimento e devolução em tempo hábil para análises.

A aplicação do questionário com perguntas abertas e fechadas possibilitou uma análise com vistas a responder os objetivos propostos pela pesquisa, com a finalidade de verificar em que medida o *microblog* é utilizado pelas bibliotecas. E, como este processo foi realizado, a fim da compreensão do planejamento estratégico para o desenvolvimento da dinâmica de postagens e as perspectivas de disseminação de informações acadêmicas e científicas à comunidade usuária.

O emprego de mais de uma técnica metodológica agregou mais significados à pesquisa, com ênfase do aprofundamento e interpretação com maior precisão os objetivos propostos pelo presente estudo.

### 3.5 DESCRIÇÕES DAS CATEGORIAS

A partir das postagens foram verificadas informações que tornaram possíveis categorizações para organização e análise de conteúdos. As categorias determinaram critérios, a fim de apresentar dados substanciais para verificação de elementos presentes nas postagens.

#### 3.5.1 Motivações para *linkar*

A categoria “motivações para *linkar*” foi elencada através do estudo de Kim (2000), o qual o autor atribuiu suas subcategorias: motivações acadêmicas, sociais e tecnológicas.

Identificou-se motivações referentes aos *links* presentes nas postagens, apresentada de forma aleatória através de conteúdos diversos. Cada postagem

apresentou uma ou mais motivações acerca do assunto, analisadas para estabelecer as motivações evidenciadas nos *posts* publicados pelos perfis.

A subcategoria de motivações acadêmicas foi vinculada aos acréscimos de informações relacionadas à temática do texto ou para esclarecer conteúdos ou métodos.

A subcategoria de motivações sociais refere-se ao *link* ser uma forma de reconhecimento a estudos anteriores, com a finalidade de atribuir autoridade a outras fontes e novos conhecimentos produzidos na área.

As motivações tecnológicas estão vinculadas a função do *link* de permitir o acesso direto a um determinado conteúdo, consideradas a fonte de informação e ao documento remetido na postagem.

### 3.5.2 Documento remetido

É o tipo de fonte ou documento, o qual o *link* postado é remetido. Neste caso foram definidos como *blog* (*blog*), base de dados (*bd*), catálogo *online* (*co*), documentos (*docs*), periódico (*perio*), portal (*port*).

Os documentos remetidos foram identificados pelos *links*; verificados para qual tipo fonte como *blog* (página de produção escrita constante); base de dados (base com acesso a livros, periódicos e artigos); catálogo *online* (catálogo de busca e pesquisa de itens); documentos (*docs* – formulário de preenchimento de pesquisa e inscrições de eventos); periódicos (jornais e revistas); portal (*sites* de instituições públicas e privadas de grande porte e relevância para a sociedade).

### 3.5.3 Domínio/Extensão

Esta categoria identificou os *sites* remetidos pelos *links* de acordo com o tipo de instituição como: *.br* (órgãos e instituições públicas e privadas); *.com* (sites comerciais); *.org* (sites de instituições organizacionais); *.net* (domínios genéricos) e variações de outros países como: *.mx* e *.cl* (domínios internacionais).



### **3.5.4 Tipo de informação**

A categoria temática foi definida com objetivo de identificar quais eram as propostas de temas suscitados nas postagens apresentadas nos perfis. As subcategorias foram elencadas da seguinte forma: utilitária – divulgação de informações de uso público; científica – divulgação de informações e produções de cunho acadêmico e científico; comercial – *sites* e informações para fins comerciais.

### **3.5.5 Temática**

Esta categoria foi apresentada para verificar os assuntos postados nos perfis em questão. Os *links* foram acessados para identificar os conteúdos e objetivar o assunto abordado em cada *post*. Foram acessados os *links* remetidos por cada postagem e realizada a leitura dos documentos remetidos. Portanto, os assuntos foram identificados com o intuito de avaliar quais eram os conteúdos apresentados com maior incidência nas postagens.

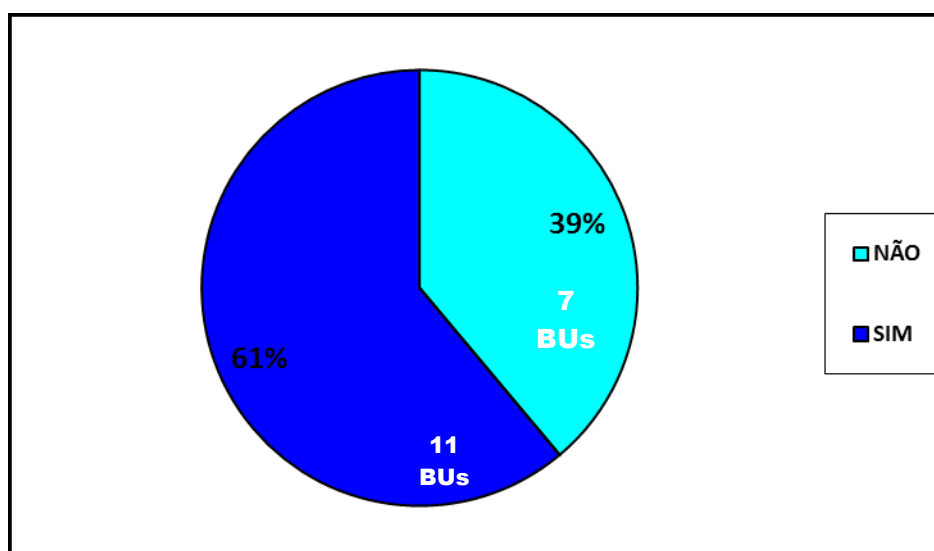
### **3.5.6 Número de *retweets* e curtidas**

A categoria refere-se ao número de postagens retuídadas e curtidas pelos seguidores dos perfis das bibliotecas. Este número é apresentado em cada postagem, onde constam quantos e quem transmitiram a mesma informação aos seus seguidores. O número pode modificar-se de acordo com os interesses dos usuários e a disseminação da informação em tempo real, característica preponderável da rede social, *Twitter*.

#### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados apresentados são referentes à análise obtida pela pesquisa. Identificou-se, um número total de 18 (dezoito) Universidades no Rio Grande do Sul. Posteriormente, constatou-se que 11 (onze) instituições utilizam o *microblog* e apenas 7 (sete) não estão inseridas nesta rede social, conforme apresentado no Gráfico 1.

Gráfico 1- Bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul que utilizam o *Twitter*



Fonte: dados da pesquisa (2014)

Com este gráfico, compreende-se que 61% das bibliotecas universitárias do Estado aderiram ao uso do *Twitter*, sendo mais um meio de comunicação com a comunidade usuária. Percebe-se que 39% das bibliotecas universitárias não atuam nesta rede social, um número considerável, tendo em vista que são instituições de grande porte e que atendem a uma população acadêmica e científica conectada as novas tecnologias. Por outro lado, o número de 61% de inserção, não representa que todas estejam participando de forma contínua e interativa no *microblog*. As bibliotecas universitárias que estão conectadas com seus perfis, mas não participam de forma atuante são: FURG, UERGS, UFPEL e UNIPAMPA.

Após, a verificação da quantidade de universidades e a presença de cada uma delas no *microblog*, identificou-se que os perfis com dados consideráveis de postagens e conteúdos acadêmicos e científicos eram das

Bibliotecas Centrais da UFRGS e PUCRS como a própria utilização e o direcionamento dos *links* postados.

Posteriormente, ao levantamento e identificação dos perfis com atuações consideráveis, realizaram-se observações sistemáticas nos perfis citados acima. Estas foram executadas e deram origem à análise de resultados preconizados pelos dados postados nos perfis e pelo questionário aplicado ao responsável pela operacionalidade e atualização dos perfis no *Twitter*.

#### 4.1 OBSERVAÇÕES SISTEMÁTICAS

A partir das observações sistemáticas foi realizado um levantamento de dados para verificar as postagens nos perfis das Bibliotecas Centrais da UFRGS e PUCRS com referência aos conteúdos e *links* postados.

No primeiro semestre de 2014, foram realizadas as observações referentes ao período de março a julho de 2013, posterior ao início das atividades acadêmicas; devido à sazonalidade do período do ano letivo e a maior incidência de postagens neste espaço temporal.

Serão apresentados a seguir os dados e resultados referentes a cada perfil.

##### 4.1.1 *Twitter* da Biblioteca Central da UFRGS

O *Twitter* oficial da Biblioteca Central da UFRGS foi criado desde julho de 2010. Na ficha de apresentação do perfil consta o *site* e a cidade onde está localizada a biblioteca, em Porto Alegre. Na data de 11 de junho de 2014, às 18:00 horas, foram realizadas as últimas observações para a inserção dos seguintes dados a respeito do perfil da biblioteca universitária:

Número de *tweets*: 557;

Número de fotos e vídeos postados: 0;

Número de seguidores: 323;

Número de perfis seguidos: 99.

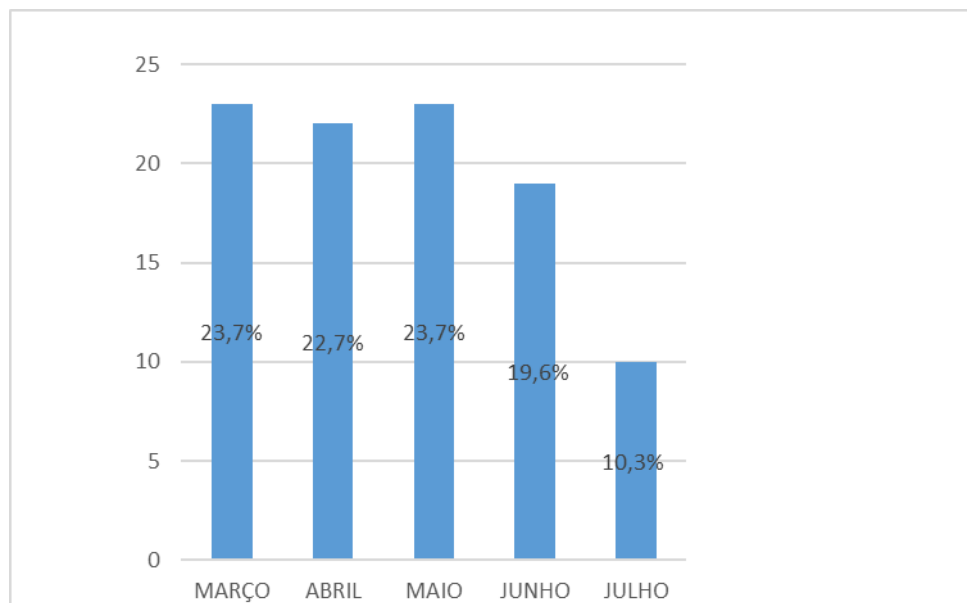
Figura 3 - Perfil do *Twitter* da Biblioteca Central da UFRGS

Fonte: *Twitter* (2014)

Há um número importante de seguidores (323) e perfis seguidos (99), que auxiliam na disseminação da informação. Um número de *tweets* (557) que poderia aumentar com a definição de temáticas e planejamento em relação ao uso das redes sociais.

No período de março a julho de 2013, foram publicadas 97 (noventa e sete) postagens no perfil. De acordo com o Gráfico 2, apresenta-se a distribuição das postagens, conforme os meses de observação.

Gráfico 2 – Postagens e os meses de observação do perfil da Biblioteca Central da UFRGS



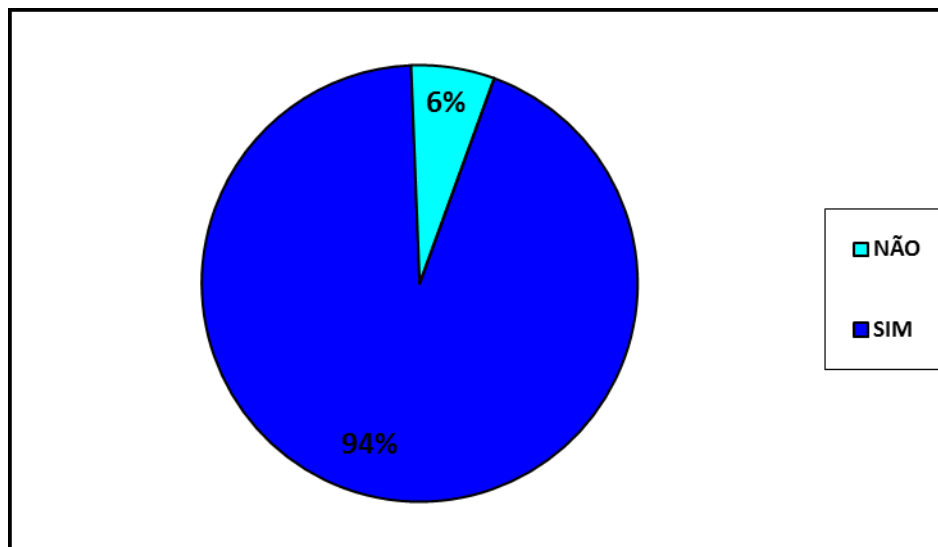
Fonte: dados da pesquisa (2014)

Do total dos *posts*, estes foram publicados de acordo com a seguinte distribuição: março, 23 (vinte e três) postagens, 23,70%; abril, 22 (vinte e duas) postagens, 22,70%; maio, 23 (vinte e três) postagens, 23,70%; junho, 19 (dezenove) postagens, 19,60%; julho, 10 (dez) postagens, 10,30%. Verificou-se uma maior incidência de postagens nos primeiros meses (março, abril, maio) de observação, um processo de continuidade nas publicações. Enquanto, os meses de junho e julho apresentaram uma baixa sequência de postagens no perfil.

Diante desses dados, percebe-se que ao final do semestre, o índice de *posts* diminuiu de forma considerável, não mantendo uma regularidade nas atualizações do perfil. Ao não produzir novos *posts*, o perfil não acompanha as informações atuais e deixa de criar espaço junto à comunidade usuária. Segundo Araújo (2010, p. 205) “a periodicidade também é um fator importante, principalmente para conquistar leitores”. O perfil deixa de realizar o papel de facilitador ao acesso de novas informações, não há uma manutenção de um vínculo virtual com os usuários. Nos períodos de férias e eventuais afastamentos, as atualizações precisam ser constantes para manter o usuário, independente da sazonalidade.

O “*link*” está vinculado à função de permitir o direcionamento para outro endereço com a finalidade de ampliar informações. O resultado é apresentado no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Postagens com adição de *links* no perfil da Biblioteca Central da UFRGS



Fonte: dados da pesquisa (2014)

Do total de postagens, foram computados 91 (noventa e um) *links* entre 97 (noventa e sete) *posts* publicados no perfil, correspondendo a 94% de ocorrências. Apenas em 6 (seis) postagens não foram adicionados *links*. Desta forma, percebe-se a importância do *link* para compor processos de comunicação e possibilitar que seja ampliada a divulgação de informações contidas na postagem.

Os *links* são fundamentais para que a informação acesse o seu receptor de forma rápida e ágil. Os conteúdos postados através dos *links* devem conter informações pertinentes ao que se propõe, com objetivos claros e precisos. Araújo (2010, p. 2005), afirma que:

Os *blogs* compõem uma rede baseada em ligações - os *links*. Todos os blogs por definição fazem ligação com outras fontes de informação, e mais intensamente, com outros *blogs*. Provavelmente essa seja a maior diferença entre os *blogs* e a mídia tradicional.

A categoria “motivações para *linkar*” foram divididas em subcategorias como acadêmica, social e tecnológica, conforme os estudos de Kim (2000). Foram identificadas as seguintes combinações nas postagens do perfil: 88

(oitenta e oito) *posts* incidiram em acadêmica e tecnológica; 3 (três) *posts*, em acadêmica, social e tecnológica.

Nota-se que, as motivações de cunho acadêmico e tecnológico estiveram presentes na maioria das postagens, abrangendo temáticas relativas ao esclarecimento de textos e conteúdos, com atribuições relevantes ao assunto abordado no *post*. (SOUSA, 2011, p. 236). Além disso, a motivação tecnológica cumpre o papel de permitir e facilitar o acesso de informações aos usuários da rede. Ao direcionar *links* na própria postagem, o perfil expande para outro nível de colaboração, onde apresenta os conteúdos de forma integral e uniforme em apenas uma postagem.

Os *links* postados foram observados e identificados para qual tipo de documento era remetido. Permitiu-se verificar que 81 (oitenta e uma) postagens foram direcionadas ao *blog* da Biblioteca Central da UFRGS, sendo um vínculo constante entre os conteúdos postados nestas redes sociais. Foram constatadas 3 (três) ocorrências de *links* remetidos para portais (port), *sites* que agregam uma quantidade importante de informação e que representam grandes instituições. Identificou-se 2 (duas) ocorrências de documentos remetidos para o *Facebook*, com o intuito de divulgar a página da biblioteca nesta rede social. As ocorrências para documentos (docs) de preenchimento de inscrições de eventos somaram-se o total de (4) quatro. Apenas 1 (um) documento remetido para catálogo *online* (co) com o intuito de divulgar livros eletrônicos aos usuários.

A maior parte dos *links* foi remetida ao próprio *blog* da biblioteca. Há uma relação direta entre uma rede social e outra. As informações são compartilhadas entre as redes sociais, vislumbra-se que a biblioteca quer marcar presença em todas as plataformas, contribuindo para acrescentar visibilidade aos serviços prestados à sociedade.

Para Recuero (2009, p. 101), a principal diferença entre as ferramentas de redes sociais está no modo como permitem a visibilidade, articulação entre elas e a manutenção dos laços sociais.

A categoria “domínio/extensão” identificou que 88 (oitenta e oito) dos *links* postados foram remetidos para *sites* .com, que são páginas comerciais e de domínio privado. Apenas 3 (três) ocorrências de *links* remetidos a sites .br, que são extensões de instituições públicas e privadas de grande porte e de

interesse relevante para a sociedade. Como os *links* são remetidos para o próprio *blog* da biblioteca, devido a ter a extensão .com. Então foram considerados que eles são de cunho comercial, pois não está vinculado ao site da Universidade.

Das postagens realizadas pela biblioteca, a categoria “tipo de informação” apresentou 06 (seis) ocorrências isoladas do tipo Utilitária, que visa divulgar informações importantes e de uso público. Sendo, 02 (duas) ocorrências isoladas do tipo Científica, apresentando resultados para a sociedade produtora de conhecimento científico.

Encontrou-se 02 (duas) ocorrências referentes a combinação Utilitária/Científica, os quais foram identificadas postagens de utilidade pública e de cunho acadêmico e científico. A combinação Utilitária/Comercial foi identificada em 27 (vinte e sete) resultados, devido a fonte ser divulgada em *sites* privados, com fins comerciais, mas importante para a sociedade. Computou-se 15 (quinze) ocorrências referentes Científica/Comercial com o propósito de divulgar produções científicas, mas divulgadas por *sites* com fins lucrativos. E, 45 (quarenta e cinco) ocorrências com as três combinações Utilitária/Científica/Comercial entre todas as postagens.

Nesta análise, todos os *posts* foram analisados, independente da inclusão de *link*, visto que as 97 (noventa e sete) postagens trouxeram informações relevantes para que fosse incluída na observação. As informações utilitárias e científicas pressupõem um grande número de postagens, devido a possibilidade de uma comunicação não presencial e mais rápida com a comunidade usuária; “além de propiciar a disseminação da informação e a divulgação de serviços e produtos da biblioteca” (AGUIAR, 2012, p. 126). A informação institucional ao alcance dos usuários, a qualquer dia e horário, sendo que estará presente para consulta e interações em tempo permanente.

A categoria “temática” reuniu os temas apresentados nas postagens e nos *links*, foram identificadas pelas seguintes ocorrências: Eventos, (20); Informativo Institucional, (14); Tecnologia, (10); Pesquisa científica, (9); Base de dados, (8); Acervo digital, (7); Biblioteconomia, (5); Produção Científica, (5); Comunicação científica, (3); Livros digitais, (3); Cultura científica, (2); Educação (2); Educação/Tecnologia (2); História, (2); Redes sociais, (2); Comércio, (1); Estudos de usuários (1); Mercado de trabalho (1). Percebe-se que, a



divulgação de eventos e informativos institucionais destacou-se sobre as demais temáticas; mas há um número relevante de postagens com ênfase a divulgar pesquisas sobre desenvolvimento científico e acadêmico.

As categorias “*retweets* e curtidas” foram observadas durante o processo de coleta de dados até o dia 11 de junho de 2014. Doze (12) postagens foram retuídadas em relação ao número total de 97 (noventa e sete). A maior incidência em uma postagem foi de 7 (sete) *retweets*, no dia 12 de março de 2013, com a parabenização pelo dia do bibliotecário. Isso indica que a participação dos usuários é muito pequena, não há um processo de interação efetivo.

Percebe-se que, os usuários não compartilham os conteúdos divulgados pelo perfil da biblioteca, pressupondo que os interesses da comunidade usuária não são os mesmos da biblioteca. Não houve nenhuma curtida nas postagens observadas, verifica-se que também não há interação neste quesito.

Esse entendimento do que o *Twitter* pode proporcionar a uma instituição que utilize de forma eficaz não é preconizada pelo perfil da Biblioteca Central da UFRGS. Segundo Pimenta e Patriota (2009, p. 9), o sucesso do *microblog* está na velocidade em que as informações chegam ao público e a forma como a mensagem pode ser repassada para outras pessoas, ampliando a rede de audiência.

#### **4.1.2 *Twitter* da Biblioteca Central da PUCRS**

O *Twitter* oficial da Biblioteca Central Irmão José Otão – PUCRS foi criado em dezembro de 2009. Na sua apresentação consta ainda o *site*, *e-mail* da biblioteca universitária, assim como informações, notícias e novidades. Na data de 11 de junho de 2014, às 18:00 horas, foram realizadas as últimas observações para a inserção dos seguintes dados a respeito do perfil da biblioteca:

Número de *tweets*: 1618;

Número de fotos e vídeos postados: 20;

Número de seguidores: 2.837;

Número de perfis seguidos: 24.

Figura 4 - Perfil do *Twitter* da Biblioteca Central da PUCRS

The image shows a screenshot of the Twitter profile for 'Biblioteca PUCRS' (@BibliotecaPUCRS). The profile picture is a photograph of the building at night, with the text 'BIBLIOTECA CENTRAL IR. JOSÉ OTÁO' visible on the facade. The bio states: 'Twitter oficial da Biblioteca Central Irmão José Otão - PUCRS. Informações, notícias e novidades. Contate-nos através do e-mail: biblioteca.central@pucrs.br'. The location is listed as 'Porto Alegre, Brasil' and the website as 'pucrs.br/biblioteca'. The statistics section shows: TWEETS 1.618, FOTOS/VÍDEOS 20, SEGUINDO 24, and SEGUIDORES 2.837. There is a 'Seguindo' button. The tweets section shows two tweets, with the first one highlighted. The 'Quem seguir' section lists several accounts being followed, including IPHAN, Biblioteca do CFCH, and Medicina UFMG.

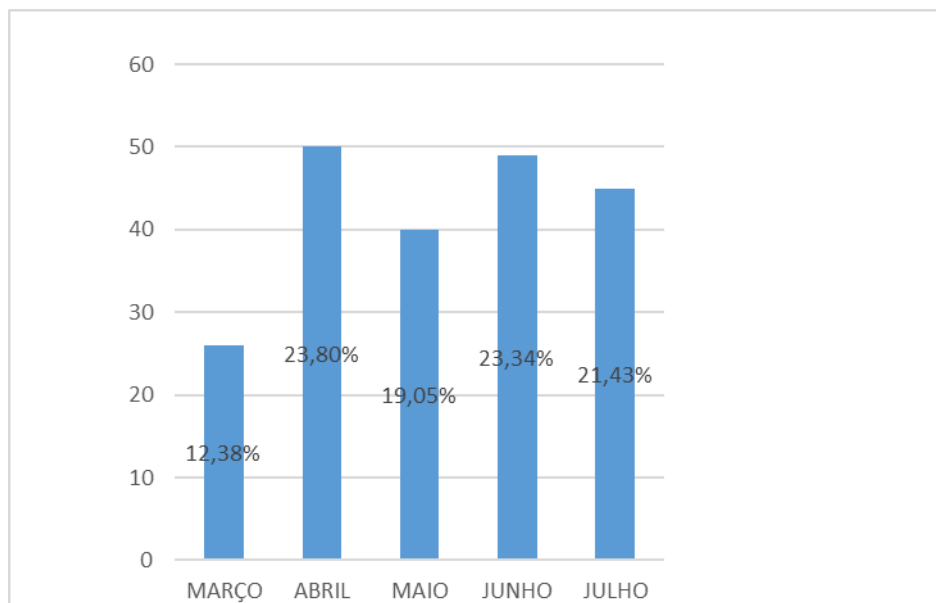
Fonte: *Twitter* (2014)

O perfil apresenta um número importante de seguidores (2.837) e os perfis seguidos (24), que são relevantes no processo de comunicação. Além de um número expressivo de *tweets* (1618), que significa uma preocupação em produzir e disseminar informações constantes aos seus usuários.

Através da verificação desses números, identifica-se que a comunidade usuária possui laços sociais com a biblioteca. Indicando que a mesma quer receber informações e atualizar-se do que está acontecendo no mundo acadêmico e científico.

No período de março a julho de 2013, foram publicadas 210 (duzentas e dez) postagens no perfil. De acordo com o Gráfico 4, apresenta-se a distribuição das postagens, conforme os meses de observação.

Gráfico 4 – Postagens e os meses de observação do perfil da Biblioteca Central da PUCRS



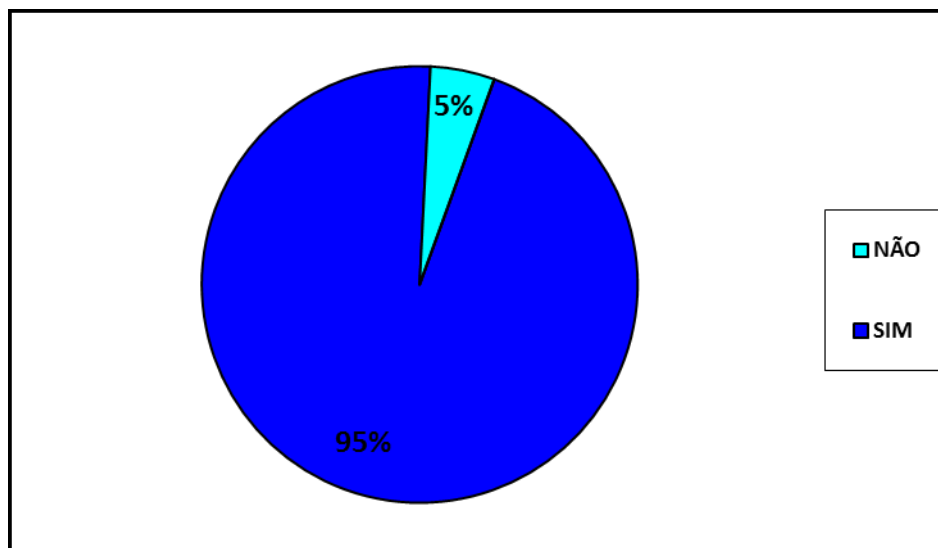
Fonte: dados da pesquisa (2014)

Do total dos *posts*, estes foram publicados de acordo com a seguinte distribuição: março, 26 (vinte e seis) postagens, 12,38%; abril, 50 (cinquenta) postagens, 23,80%; maio, 40 (quarenta) postagens, 19,05%; junho, 49 (quarenta e nove) postagens, 23,34%; julho e 45 (quarenta e cinco) postagens, 21,43%. Observou-se que, no início do período letivo a incidência de postagens teve um índice mais baixo, mas na sequência aumentou e manteve-se equilibrada nos meses seguintes, com no mínimo 2 (duas) postagens ao dia. Ao tornar o perfil ativo e afirmar sua visibilidade ao seu público, os limites do espaço físico da biblioteca são expandidos e crescem para dinamizar a produtividade da sua comunidade.

Segundo Aguiar (2012, p. 154), as bibliotecas universitárias devem “buscar o equilíbrio entre a escassez e o exagero de informações publicadas. A manutenção de uma periodicidade regular não deve acontecer à custa de uma publicação de qualquer conteúdo, sem critérios”.

São apresentados a seguir, os dados sobre a adição de *links* as postagens do perfil, conforme Gráfico 5.

Gráfico 5 – Postagens com adição de *links* no perfil da Biblioteca Central da PUCRS



Fonte: dados da pesquisa (2014)

Foram identificados 200 (duzentos) *links* postados entre 210 (duzentas e dez) postagens, correspondendo a 95% de ocorrências. Somente em 10 (dez) postagens não foram adicionados *links*, representando 5% do total dos *posts*. O perfil apresentou um grande índice de direcionamento de conteúdos, compreende-se um interesse da biblioteca em proporcionar ao usuário o acesso aos conteúdos divulgados pela biblioteca, colaborando com a leitura na sua íntegra. Para Pimenta e Patriota (2009, p. 9) “além dos 140 caracteres, o *Twitter* se tornou uma espécie de ferramenta mãe, uma central de *links* capaz de levar seus usuários bem além da usabilidade dos *blogs*”. Logo, o perfil pesquisa e direciona conteúdos aos seus seguidores através *links* com a observação de proporcionar novos conhecimentos.

Na categoria “motivações para *linkar*” foram identificadas as seguintes combinações nas postagens do perfil: 195 (cento e noventa e cinco) *posts*, incidiram em acadêmica e tecnológica; 5 (cinco) *posts*, em acadêmica, social e tecnológica. Segundo Sousa (2011, p. 134) “[...] os *links* possuem uma ampla variedade de propósitos e o comportamento em relação ao estabelecimento de *links* frequentemente resulta na combinação de motivações”.

Os *links* anexados a postagem foram identificados em sua maioria com motivação acadêmica, aquele que expressa temas sobre a própria comunidade usuária. Informações institucionais e de conteúdo importantes a funcionalidade identifica-se na prevalência de postagens e que é mais visível ao usuário. A motivação tecnológica propicia o direcionamento das informações a outro

acesso, expandindo os conteúdos. Observou-se que, a motivação social estava presente em 5 das 200 postagens com *links*, é um número pequeno e que deve ser analisado, visto que os autores e pensadores devem ser reconhecidos e amplamente divulgados para que conhecimentos sejam disseminados em prol do desenvolvimento da ciência.

Com a categoria “documento remetido” permitiu-se constatar para onde eram encaminhados os *links* postados e as suas seguintes ocorrências: portais (port), 62; periódicos (perio), 56; *blog* (*blog*), 27; base de dados (bd), 23; *Twitter*, (twitter), 16; catálogo online (co), 15; *Facebook* (face), 1. Confirma-se que, os *links* em geral são direcionados para portais e periódicos, evidenciando a divulgação de *sites* de ampla circulação de informações. Os portais como páginas de referências de instituições públicas e privadas destacam-se por serem as fontes de informação com evidência de encaminhamentos realizados pelo perfil. Em segundo lugar, encontram-se os periódicos que são fontes de informação de grande relevância e que constituem informações sobre conhecimento útil para a sociedade em geral e conteúdos importantes ao meio acadêmico e científico. Ressalta-se, a incidência no perfil em publicar e direcionar *links* para base de dados e catálogo *online*, que apresenta informações sobre novas aquisições e indica obras do acervo.

A categoria “domínio/extensão” identificou as seguintes ocorrências: .com, (113); .br, (54); .org, (28); .net, (2); cl, (1); .mx, (1); .pt, (1). Em primeiro lugar, evidencia-se que os *sites* mais divulgados são de cunho comercial, que possuem algum tipo de fim lucrativo na sua essência; as informações dessas páginas possibilitaram uma variação de conteúdos aos usuários, conforme se vislumbra nos números apresentados. Por outro lado, a extensão .br, destacou-se por ter uma incidência relevante, devido a este tipo de domínio estar vinculados a instituições de ensino e portais de desenvolvimento científico, com publicações úteis à comunidade usuária. As outras ocorrências são de domínio .org, que apresentaram índices menores, mas que identificam uma preocupação de indicar leituras de diferentes fontes e canais de comunicação, sejam brasileiros ou de fora do país.

A categoria “tipo de informação” com as incidências das subcategorias de forma isolada: Utilitária, (44); Científica, (11); Comercial, (16). A combinação das subcategorias compreende-se os seguintes resultados:

Utilitária/Científica/Comercial, (16); Utilitária/Científica, (36); Utilitária/Comercial (73); Científica/Comercial (14). Observa-se que, as postagens utilitárias possuem o intuito de divulgar informações de uso público, a partir da incidência de 44 *posts* somente para esta subcategoria isolada. A relevância de informar os usuários é uma das preferências e forma de aproximar o elo entre a instituição e a comunidade usuária.

Em relação, a combinação das subcategorias identificou-se que informações úteis associadas a fontes de informação privadas possuem uma prevalência sobre as demais. Portanto, a combinação da subcategoria Utilitária/Comercial apresentou 73 *posts*, principalmente por apresentar conteúdos oriundos de periódicos de instituições privadas.

Entre a categoria “temática” constatou-se os seguintes temas e incidências: Informativo institucional, (28); Tecnologia, (25); Acervo digital, (14); Fotografia, (14); Livros digitais, (14); Eventos, (12); Informativo, (10); Base de dados, (9); Educação, (8); Atualidade, (7); História, (7); Indicação de acervo, (6); Leitura, (6); Artes visuais, (5); Bibliotecas, (4); Produção científica, (4); Direito, (3); Geografia, (3); História/Tecnologia, (3); Literatura, (3); Preservação de acervo, (3); Biblioteconomia, (2); Comunicação científica, (2); Economia, (2); Redes sociais, (2); Artigos científicos, (1); Biografia, (1); Biologia, (1); Ciência, (1); Esporte, (1); Exposição de arte, (1); Guia de usuários, (1); Leitura/Tecnologia, (1); Língua Portuguesa, (1); Mercado de trabalho, (1); Museologia, (1); Partituras, (1); Periódicos eletrônicos, (1); Pesquisa científica, (1).

Diante desses resultados, identificou-se que o perfil divulga mais informações pertinentes à funcionalidade e prestação de serviços da biblioteca, representando um número majoritário entre as postagens. Percebe-se que, a temática relacionada a informações de manutenção da instituição são relevantes para apresentar a comunidade usuária. O usuário precisa estar bem informado sobre o que acontece e o que a biblioteca possa oferecê-lo, associando um elo de aproximação entre as partes interessadas. Os temas referentes à tecnologia apresentam um índice alto de divulgação, além de indicar postagens sobre novos aplicativos, tecnologias e curiosidades que possibilitam a atualização dos usuários a respeito da temática. Outro aspecto, observado é que as postagens são bem diversificadas, com temáticas de

distintas áreas do conhecimento, sendo que isso contribui para que mais usuários acessem e sejam alcançados pelo tipo de manutenção realizada. Vários assuntos foram postados, os quais podem atrair a comunidade usuária como um todo, não apenas uma parcela desta.

As categorias “*retweets* e curtidas” foram observadas durante o processo de coleta de dados até o dia 11 de junho de 2014. Foram retuídadas 98 (noventa e oito) postagens em relação ao número total de 210 (duzentos e dez). Houve maiores incidências em determinados *posts*: funcionamento da biblioteca, no dia 10 de julho de 2013, 23 *retweets*; aniversário de Porto Alegre, dia 26 de março de 2013, 15 *retweets*; dedução de impostos despesas com livros técnicos, no dia 12 de junho de 2013, 12 *retweets*. Constatou-se que, a participação dos usuários é atuante nas postagens, evidenciando um processo de interação efetivo. Em algumas postagens, não apresenta nenhuma retuídada, evidenciando que tais assuntos não constituem o universo de interesse dos usuários.

Segundo Araújo e Maia (2009, p. 5) “os *retweets* muitas vezes vão além da própria repetição, sendo acompanhado de um comentário, um *link* ou uma *tag*”. A disseminação da informação é um pressuposto do *Twitter*, que pode espalhar-se rapidamente, que pode tornar uma biblioteca visível e solucionar questionamentos em poucos segundos.

Foram curtidas 17 (dezessete) postagens observadas, verifica-se que curtir uma postagem não é uma forma de interação preponderante no *Twitter*.

## 4.2 QUESTIONÁRIO

Os resultados do questionário aplicado aos responsáveis pela operação e atualização dos perfis no *microblog* são apresentados com a finalidade de contrapor com os dados obtidos através das observações sistemáticas. Ressalta-se a importância de verificar às falas dos bibliotecários, devido à evidência de possibilidades de viabilizar mudanças e aprimorar as divulgações apresentadas nos perfis, conforme os interesses da comunidade usuária.

Serão apresentados a seguir os questionamentos e as respostas referentes ao questionário aplicado e demais considerações.

Quadro 3 – Profissional que atualiza o perfil da instituição no *microblog*

<b>Biblioteca Central UFRGS</b>	<b>Biblioteca Central PUCRS</b>
<b>Resposta:</b> Bibliotecário	<b>Resposta:</b> Bibliotecário

Fonte: dados da pesquisa (2014)

Conforme o Quadro 3, constatou-se que os perfis são atualizados por bibliotecários, ou seja, há um profissional que é responsável diretamente por buscar informações relevantes e divulgá-las à comunidade usuária. Além da pesquisa contínua por conteúdos, o bibliotecário necessita ter habilidade e conhecimentos sobre tecnologia, precisamente, saber utilizar as redes sociais.

O profissional bibliotecário, frente a essas mudanças, deve estar preparado para executar suas funções em novos ambientes de trabalho, com novas ferramentas, desenvolvendo novas metodologias e novos produtos. Este profissional deve inovar suas práticas, trabalhando para otimizar o uso dos recursos informacionais existentes na biblioteca e acessíveis virtualmente (SCHWEITZER, 2008, p. 16).

A disponibilização de um profissional para executar estas atividades deve ser mensurada, devido à perspectiva de que a biblioteca necessitar estar em contato permanente com seus usuários e a dinamizar este tipo de comunicação, com a finalidade de atender as necessidades da comunidade usuária. Além de apresentar novas fontes de informação e suportes de pesquisa. Esta afirmação concorda com Schweitzer (2008, p. 9), que salienta que:

[...] o profissional da informação deve estimular a sua autonomia no uso das ferramentas e recursos informacionais, indicar as fontes de informação e referência, oferecer suporte na pesquisa, orientar no uso dos recursos de informação, recuperar a informação, identificar as necessidades de informação do usuário e satisfazê-las.

Segundo Maness (2007, p. 47), os profissionais bibliotecários necessitam compreender as dinâmicas tecnológicas e aprender a analisar os conteúdos postados na *web*, com ênfase ao pensamento crítico sobre todas as informações.



O potencial para esta mudança dramática é muito real e imediato, um fato que coloca uma incrível importância na alfabetização informacional. Em um mundo onde nenhuma informação é inerentemente autorizada e válida, as características de pensamento crítico da alfabetização informacional são parâmetros para todas as outras formas de aprender.

As ferramentas digitais e suas possibilidades de ampliação de diversificar as formas de interação devem ser planejadas e estudadas, com intuito de criar dinâmicas satisfatórias e interessantes ao público alvo das instituições. Além da prioridade referente ao planejamento de novas metodologias e produtos que otimizem os recursos informacionais e tornem as informações cada vez mais acessíveis aos usuários.

Quadro 4 – Frequência da atualização do perfil da Biblioteca

<b>Biblioteca Central UFRGS</b>	<b>Biblioteca Central PUCRS</b>
<b>Resposta:</b> 3 a 5 vezes por semana	<b>Resposta:</b> 3 a 5 vezes por semana

Fonte: dados da pesquisa (2014)

No quadro 4, percebe-se que os perfis possuem características iguais quanto à frequência de dias de atualizações, com referência de 3 a 5 vezes por semana. No entanto, o perfil da Biblioteca Central da PUCRS apresenta um maior número de postagens, porque o atualiza em média de 2 a 3 postagens por dia. Além disso, percebe-se uma variação de conteúdos de diferentes áreas do conhecimento, com o potencial de informar e atrair cada vez mais seu público alvo. Conforme Gunelis (2008, *online*), o que torna o conteúdo mais atraente é a combinação de seu tópico, a forma de escrita e a frescura do *blog*.

Postagem frequente ajuda a atrair mais visitas de pessoas que gostam do seu *blog* e decidir inscrever a ele. [...] Isto significa mais oportunidades para aumentar o tráfego para o seu blog toda a vez que você publicou um novo conteúdo (GUNELIS, 2008, *online*).

Para alcançar objetivos de frequência e interação é necessário pesquisa e atualizações com conteúdos direcionados aos interesses dos usuários. Quando as informações são postadas diariamente, o usuário manterá a frequência de acesso ao blog e permanecerá em constante contato com a instituição. Essa temática vem a contribuir para que se perceba o quanto a biblioteca está ativamente conectada e buscando ampliar níveis de frequência e aproximação com seus usuários.

Quadro 5- Uso do *Twitter* como forma de aproximação entre biblioteca e usuários

Biblioteca Central UFRGS	Biblioteca Central PUCRS
<b>Resposta:</b> Sim. Acredito que o uso do <i>Twitter</i> , assim como as demais redes sociais nas quais a Biblioteca Central possui um perfil, proporciona esta aproximação, pois o mesmo tornou-se um canal de comunicação entre a biblioteca e os usuários.	<b>Resposta:</b> Sim. Possibilitou uma maior interação com os usuários.

Fonte: dados da pesquisa (2014)

A partir das respostas colocadas pelos bibliotecários, evidencia-se que as duas bibliotecas percebem que o cenário da *web* proporciona uma comunicação ampliada entre as pessoas, possibilitando um processo de sociabilização entre indivíduos e grupos. O uso das redes sociais, a exemplo do *Twitter*, permite que se constituam elos, ao promover o crescimento do uso dos recursos informacionais.

Neste caso, os perfis ressaltaram a importância de conectar-se ao *Twitter* viabilizando a aproximação entre biblioteca e usuários. Dentre as atividades exercidas pelas bibliotecas estão a criação de novos recursos e serviços promovidos pela *Web 2.0*, reconstituindo ações e atuações no espaço virtual.

Portanto, as bibliotecas estão buscando atualizar-se frente às novas tecnologias e conectar-se às redes sociais, utilizando as plataformas abertas com funcionalidades e aplicativos por sistema de ferramentas que permitem aos usuários ampla comunicação com as instituições. De acordo com Arnal

(2008, p. 591), “as bibliotecas começaram a estar presente nos *sites*, por onde os usuários estão utilizando as mesmas plataformas de comunicação que eles [...]”.

As bibliotecas não podem isentar-se das mudanças tecnológicas que estão acontecendo e precisam apropriar-se também dos espaços virtuais em que existe a maior concentração de uma nova “comunidade” que nada mais é do que a mesma comunidade física de pessoas que se apropriaram do espaço virtual e que estão em busca de novos conteúdos, de facilidades, novas possibilidades de acesso às informações de seu interesse (pessoal ou profissional) e contato com pessoas e organizações (CANELAS; VALENCIA, 2012, p. 27).

A busca por facilidades e acesso às informações de interesses pessoais e profissionais constituem destaques que devem ser considerados pelo gerenciamento das bibliotecas, pressupondo-se que essas características precisam contemplar estrategicamente a forma de postagem para que a aproximação entre biblioteca e usuário seja realmente efetiva.

Quadro 6- O processo de cada postagem e as escolhas dos *links* anexados aos *posts*

Biblioteca Central UFRGS	Biblioteca Central PUCRS
<p><b>Resposta:</b> A maioria das postagens está diretamente ligada ao Blog da Biblioteca Central, ou seja, o Twitter funciona como ferramenta de compartilhamento dos posts do blog. Os conteúdos postados no blog são, de modo geral, a divulgação de notícias sobre acesso e uso de informação em ciência, tecnologia e inovação, bem como sobre questões de amplo interesse da comunidade universitária.</p> <p>Além das postagens ligadas ao blog, informações diretamente ligadas à biblioteca, como horário de funcionamento e divulgação de treinamentos também são postadas no Twitter.</p>	<p><b>Resposta:</b> Normalmente, são publicados dois posts diários (seg. a sex.). Os conteúdos escolhidos são, além dos recursos e serviços da Biblioteca, assuntos da área de biblioteconomia, educação, tecnologia, cultura e outros de interesse acadêmico.</p>

Fonte: dados da pesquisa (2014)

O processo de postagem do perfil da Biblioteca Central da UFRGS está diretamente ligado às atualizações realizadas no *Blog* da instituição. Os assuntos postados nesta rede social, também são divulgados no *Twitter*. Na realidade, o *microblog* é uma ferramenta de compartilhamento dos *posts* do *blog*. As postagens anunciam o tema e encaminham o *link* apresentado no *Twitter* ao *blog* para que o usuário realize a leitura na sua integralidade sobre o conteúdo postado. Segundo Sousa (2011, p. 20),

“[...] as manifestações de hipertexto, ligando ao conceito ao de *blog*, ou seja como meio de comunicação que se vale de *links* para instaurar leituras diferenciadas de leitura e escrita, requerendo outros comportamentos informacionais em relação ao uso e produção de informações.

São adicionadas informações ao perfil no *microblog* sobre o funcionamento da biblioteca, divulgação de treinamentos constantes sobre base de dados e as suas inscrições, respectivamente. Além disso, identificou-se uma preocupação referente a divulgar assuntos sobre pesquisa e produção científica, nas postagens e nos *links* remetidos ao *blog*.

Situações diferentes são apresentadas nos perfis observados, na medida em que se visualiza que a Biblioteca Central da UFRGS administra conjuntamente um *blog*, mas que os conteúdos postados se equivalem. É importante ressaltar que, o perfil da instituição apresenta um bom conteúdo sobre a área científica, mas não há um retorno dos usuários através de números referentes ao compartilhamento das postagens. O usuário não se manifesta e não é investigado sobre a sua opinião e interesses.

A Biblioteca Central da PUCRS não possui *blog*, mas está conectada ao *Twitter*, *Facebook* e o *Flickr*. Verificou-se que as mensagens não se equivalem; o número de postagens no *Twitter* é superior ao do *Facebook* e *Flickr*.

Conforme, a resposta do responsável pela atualização do perfil da PUCRS, as postagens são diárias e, os *links* são escolhidos pelos assuntos pesquisados. Em geral, os assuntos referem-se aos serviços prestados pela biblioteca, Biblioteconomia e Tecnologia. No entanto, percebe-se que são apresentados diferentes tipos de conteúdo nas postagens, não somente os

citados acima. Há um alcance de distintos usuários entre várias as áreas do conhecimento. Portanto,

[...] cada mensagem possui uma sentença ou duas, um post bem produzido pode representar uma boa transação de informação sem exigir muito tempo para leitura ou escrita. Além disso, em função de o *Twitter* ter milhões de usuários, é um bom lugar para encontrar e se conectar com pessoas interessadas em sua instituição e suas áreas de expertise (PEREIRA, GRANTS, BEM, 2010, p. 238).

As mensagens postadas devem ser bem elaboradas para que os objetivos de informação de qualidade sejam alcançados. Um post bem produzido tem a função de encontrar e solucionar dúvidas, além de suscitar outras informações e ideias. O *Twitter* possui essa capacidade de alcançar grandes números seja de usuários ou de compartilhamento de informações em tempo real. Para tanto, um bom *tweet* é o caminho para a visibilidade de um perfil. Além da investigação dos interesses e assuntos mais importantes para um usuário seguir e permanecer conectado a um determinado perfil

Quadro 7- Questão determinante para inserção ou não de um *link* entre as postagens no *Twitter*

Biblioteca Central UFRGS	Biblioteca Central PUCRS
<b>Resposta:</b> É necessário o <i>link</i> ter alguma ligação com a Biblioteca e/ou a UFRGS, seja por meio de notícias, postagens do blog da BC ou informações diversas.	<b>Resposta:</b> A política interna é incluir o <i>link</i> para a notícia ou conteúdo que está sendo divulgado. Desta forma, o usuário tem acesso à informação completa.

Fonte: dados da pesquisa (2014)

Conforme pesquisa realizada junto aos perfis observados, constatou-se a importância dos *links* para a inserção nas postagens. A Biblioteca Central da UFRGS indica que é necessário que o *link* seja um elemento de ligação entre biblioteca e a disponibilização de notícias. O direcionamento do *link* deve proporcionar aos usuários informações mais completas e viabilizar o acesso a outros *sites*, que também trazem informações na sua integralidade.

Por outro lado, a Biblioteca Central da PUCRS salienta de forma mais contundente, que a inclusão dos *links* nas postagens é uma política interna, a

fim de divulgar o que está sendo postado de forma completa e integral. Esse tipo de política corrobora com a afirmação de Anderson (2006), a qual menciona que “os links quantificam as várias interações que ocorrem com as instituições”. Dentro dessa perspectiva, é possível observar que este perfil prioriza a atualização permanente e a inserção de *links*, visto que entre 210 postagens foram inseridos 200 *links*, no total.

Quadro 8- A análise de número de *retweets* e curtidas como tendência do processo de interação

Biblioteca Central UFRGS	Biblioteca Central PUCRS
<b>Resposta:</b> Há um número reduzido de <i>retweets</i> e curtidas para que seja realizada esta análise.	<b>Resposta:</b> Sim.

Fonte: dados da pesquisa (2014)

As informações apresentadas pelas respostas são relevantes, na medida em que estas foram verificadas na prática através da observação sistemática. Segundo a Biblioteca Central da UFRGS, o número de *retweets* e curtidas é muito pequeno, para apresentar uma análise sobre o assunto. Sendo que, este número deveria ser levado em consideração, pois determina quais os assuntos que mais atraem e causam impacto ao usuário.

A relevância de uma estatística para localizar os assuntos de maior interesse da comunidade usuária através das postagens que mais apresentam *retweets* e curtidas, deveria ser realizada para aumentar visibilidade do perfil. Além de, concretizar a principal função do *Twitter* que é a disseminação de informações em grande escala.

Em contrapartida, o perfil da Biblioteca Central da PUCRS afirma que os *retweets* e curtidas são observados para verificar os interesses da comunidade usuária. Nessa perspectiva, identifica-se um número considerável de *retweets* e em menor número, as curtidas.

Como há uma política interna sobre o uso das redes sociais e os elementos adicionados a elas, as interações entre biblioteca e usuário é uma premissa preponderável na busca pela atração e manutenção de usuários. A necessidade da constituição de planos estratégicos de vínculo e permanência

destes torna-se um ponto forte para a esfera de concorrência entre as instituições de ensino.

Quadro 9- A manutenção de perfis nas redes sociais como um elemento presente no planejamento estratégico da biblioteca

<b>Biblioteca Central UFRGS</b>	<b>Biblioteca Central PUCRS</b>
<b>Resposta:</b> Não.	<b>Resposta:</b> Sim, a iniciativa integra o projeto estratégico relativo à interação e comunicação efetiva com o usuário.

Fonte: dados da pesquisa (2014)

A Biblioteca Central da UFRGS não apresenta em seu planejamento estratégico, um projeto de operacionalidade das redes sociais. Não há uma iniciativa de padronização e controle dos resultados para obtenção de melhorias na prestação de serviços executados pela biblioteca, em relação às redes sociais.

Ao determinar práticas de uso de acesso e manutenção, as bibliotecas devem planejar e executar estratégias que proporcionem vantagens na utilização de ferramentas digitais que desenvolvam um processo efetivo de comunicação e interação entre biblioteca e os usuários. Segundo Garcia Gimenez (2010), um bom planejamento deve incluir as redes sociais no conjunto de processos de trabalho de biblioteca com o objetivo de oferecer vantagens na utilização dessas novas ferramentas.

O perfil da Biblioteca Central da PUCRS afirma que o uso das redes sociais integra o projeto estratégico, de forma a facilitar a interação e a comunicação efetiva com os usuários. Conforme explica Schweitzer (2008, p. 16),

A Biblioteca Universitária como principal veículo de disseminação da informação científica deve acompanhar os processos de inovação tecnológica, adequar seus serviços e produtos e promover cada vez mais o uso intensivo dos recursos informacionais.

Desta forma, compreende-se que o planejamento estratégico vem a contribuir para que as redes sociais sejam ambientes de visibilidade para a

instituição, que permitem a articulação e a manutenção dos laços sociais com os seus usuários.

Quadro 10 - As vantagens e desvantagens do uso do *Twitter*

Biblioteca Central UFRGS	Biblioteca Central PUCRS
<b>Resposta:</b> Nenhuma vantagem ou desvantagem considerável foi identificada.	<b>Resposta:</b> As principais vantagens foram a aproximação da Biblioteca com os usuários, a agilidade na divulgação dos recursos e serviços e os feedbacks recebidos espontaneamente pelos seguidores. Não observamos nenhuma desvantagem no uso do Twitter.

Fonte: dados da pesquisa (2014)

O perfil da Biblioteca Central da UFRGS afirma que não identificou nenhuma vantagem ou desvantagem considerável com o uso do *Twitter*. Como a utilização das redes sociais e a forma de administrá-las não constam no planejamento estratégico, pressupõe que os resultados não estão sendo analisados para levá-los a obter diagnósticos para a melhoria da qualidade dos serviços prestados.

O uso das redes sociais é uma premissa no cotidiano da sociedade atual, porque “os indivíduos se unem em torno de redes sociais [...], onde quer que estejam, o que significa uma ruptura inexorável das fronteiras espaciais e temporais [...]” (FERREIRA, 2012, p. 11).

A identificação de interesses, preferências e os próprios objetivos dos usuários quando acessam um perfil devem ser vistos para acrescentar na qualidade e no processo de interação, na medida em que ele atende as necessidades e torna-se satisfatório a comunidade usuária.

As bibliotecas universitárias que utilizam as ferramentas colaborativas propiciam serviços de valor agregado, uma vez que a interação com os usuários – considerando suas dúvidas, necessidades e sugestões– através de ferramentas de uso amplo favorecem a comunicação (PEREIRA; GRANTS; BEM, 2010, p. 239).



No caso do perfil da Biblioteca Central da PUCRS, são apontadas vantagens sobre o uso do *Twitter*: agilidade na divulgação de recursos, serviços e aproximação com os usuários, além de receber retornos espontâneos dos seguidores. Não foi observada nenhuma desvantagem no uso do *microblog*.

Não se deve somente pensar em atrair os usuários que frequentam o espaço físico e analisar os atendimentos prestados a eles presencialmente. A biblioteca precisa expressar a sua importância na vida acadêmica do usuário, tornando-a acessível para ampliar sua capacidade de interação e comunicação com a sociedade.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As bibliotecas universitárias precisam adaptar-se à realidade e ao surgimento constante de novas tecnologias da *Web 2.0*. O uso das redes sociais e das ferramentas digitais está presente na vida dos usuários, tornando-o mais autônomo para realizar pesquisas e buscar o diferencial no desenvolvimento acadêmico e científico.

Diante disso, constata-se a expansão das redes sociais e, em especial o uso do *Twitter* pelos usuários em nível mundial, sendo uma tendência utilizá-lo como meio de comunicação em tempo real. É um meio fácil, rápido e em poucos caracteres podem ser disseminados conteúdos e produzir inúmeras interações em grande escala.

Este trabalho iniciou com o levantamento das bibliotecas universitárias do Rio Grande do Sul e a identificação de quais utilizam o *microblog*. Verificou-se que somente 61% das bibliotecas universitárias estão conectadas a este recurso, sendo um número pequeno em relação ao perfil dos usuários e as novas perspectivas de aprimoramento de serviços e produtos oferecidos pelas bibliotecas.

As bibliotecas foram observadas para identificar a dinâmica de postagens e frequência de cada uma delas. Percebeu-se a presença que os perfis das Bibliotecas Centrais da UFRGS e PUCRS postam diariamente conteúdos relevantes a comunidade usuária. Os *links* postados foram verificados para identificar os tipos de informações contidas, as formas e níveis de interação.

Durante o processo de coleta de dados, oriundas das postagens desses perfis, não se deixou de acompanhar a dinâmica dos perfis das outras bibliotecas universitárias do Estado.

Por meio de análise dos dados referente às observações sistemáticas, percebe-se que a atuação da Biblioteca Central da UFRGS direciona os *posts* através de *links* para o próprio *blog* da instituição, onde normalmente são apresentadas as seguintes informações: divulgação de informativos institucionais, treinamentos de base de dados, eventos, pesquisa e produção científica. Este perfil apresenta conteúdos importantes sobre a área científica e informações direcionadas ao meio acadêmico.

Por outro lado, conforme resposta do questionário aplicado, o uso das redes sociais não consta no planejamento estratégico da biblioteca, esta lacuna acarreta em uma falta de estudo sobre as preferências dos usuários quanto aos assuntos postados e um levantamento estatístico sobre a presença do perfil junto à comunidade usuária.

Os índices de postagens, *retweets* e curtidas são baixos, quando foram identificados no período de março a julho de 2013; percebe-se uma necessidade de realizar um estudo sobre as postagens mais acessadas e disponibilizar aquilo que o usuário que saber e ser informado. Verifica-se que várias postagens estão ligadas a temática da Biblioteconomia, tanto no perfil da Biblioteca Central da UFRGS quanto da Biblioteca Central da PUCRS, o que se percebe que os bibliotecários postam informações de interesse de uma parcela pequena da população usuária. A ampliação de temáticas precisa ser evidenciada para que mais pessoas se interessem e acessem os perfis. Há uma necessidade de projetar os perfis para usuários que estão inseridos em outras áreas do conhecimento.

É necessário que os responsáveis percebam que quando se posta uma mensagem deve ser alcançar um público amplo e com necessidades múltiplas. As postagens devem ser pensadas no leitor, não em interesses individuais daquele que pesquisa e atualiza o perfil. O profissional indicado para ser responsável pela atualização das redes sociais, precisa estarem conectado aos conteúdos de interesse da comunidade acadêmica e científica. Segundo Sousa (2009, p. 79) há “[...] a necessidade de os profissionais bibliotecários investirem esforços na disponibilização de recursos que atendam o seu usuário naquilo que é, de fato, importante para a sua vida acadêmica”. O responsável deve atuar de forma multidisciplinar com vistas a expandir o seu próprio conhecimento e realizar a função de facilitador para o acesso à informação e disponibilidade de novos processos de aprendizagem.

A execução de orientações poderia definir temáticas relevantes e suscitar visibilidade ao perfil, abertura de possibilidades e expansão de assuntos para outras áreas do conhecimento. À medida que, a instituição prioriza o seu usuário como eixo central, realiza uma série de mudanças que se constituem na atração de usuários tanto para o ambiente virtual quanto físico da biblioteca.

Em relação ao perfil da Biblioteca Central da PUCRS, a dinâmica apresentada está efetivamente relacionada a um planejamento de uso das redes sociais. Percebe-se esse nível de projeto, ao observar constantemente as postagens e os *links* anexados a elas.

A partir do número de 210 (duzentos e dez) postagens no *Twitter*, identificadas no período observado, constatou-se uma sequência diária de atualizações, como uma prática adicionada ao cotidiano da biblioteca universitária. Neste número, constam 200 *links* anexados as postagens, sendo um fator importante para o direcionamento e o acréscimo de informações.

Os assuntos com maior incidência foram: informativos institucionais, tecnologia, acervos digitais e divulgação de bases de dados. No caso da Biblioteca Central da PUCRS, há um grande número de seguidores e uma presença mais efetiva nas interações referente às postagens publicadas no perfil.

Destaca-se que, o uso das redes sociais está inserido no planejamento estratégico da biblioteca. A programação diária de pesquisar, escolher, postar e direcionar os *links* demanda tempo e recursos humanos para a realização desta tarefa. Não é simplesmente a postagem pela postagem, é necessário observar os interesses e assuntos da atualidade para tornar o perfil atraente e capaz de incluir cada vez mais usuários nas redes sociais.

O perfil da Biblioteca Central da PUCRS apresentou um importante número de *retweets*, no total 98 (noventa e oito) postagens foram retuitadas, mas este índice poderia ser maior. Visto que, há um planejamento para o uso das redes, seria relevante realizar um levantamento para diagnosticar quais as postagens mais demonstraram preferência para os usuários. Com base nesta estatística, haveria a incorporação de informações desta natureza e ampliaria a satisfação daqueles que são o motivo da existência da biblioteca: o usuário.

Ressalta-se que, há uma contradição entre os dois perfis observados, pois a Biblioteca Central da UFRGS além de postar informações sobre a funcionalidade da biblioteca apresenta constantemente conteúdos sobre produção científica. O que é um assunto de extrema importância para a comunidade usuária, na construção do conhecimento. Por outro lado, não há números consistentes de compartilhamento dessas informações, o usuário não participa efetivamente deste processo.

No caso da Biblioteca Central da PUCRS são postados em grande número informações sobre a funcionalidade, serviços e produtos oferecidos pela biblioteca, mas os conteúdos também são direcionados a muitas áreas do conhecimento. Por outro lado, não são apresentadas informações em grande volume sobre pesquisa científica quanto no perfil da Biblioteca Central da UFRGS. Mas o compartilhamento das postagens da biblioteca da PUCRS é muito maior que a do outro perfil. Com essas identificações, compreende-se que o *Twitter* é um meio de comunicação e o seu principal papel é informar o que o usuário precisa para a sua realidade atual. Tornar a vida acadêmica e científica mais fácil e propiciar dinamismo nas atividades desenvolvidas pelos usuários. Isso mais do que contribuir para o desenvolvimento da ciência.

No decorrer do estudo, observou-se que o perfil do Sistema de Bibliotecas da Universidade Caxias do Sul, superou o número de postagens dos perfis das Bibliotecas Centrais da UFRGS e da PUCRS. O motivo para esta mudança encontra-se na dinâmica desenvolvida pelo perfil: atualização diária, independente do dia da semana e hora, apresentando conteúdos diferenciados e a relação do perfil com o *blog* da biblioteca.

As limitações deste estudo concentraram-se na quantidade de *links* postados, a própria análise de cada postagem e os seus elementos informacionais. Não foram encontrados problemas referentes às respostas dos questionários, as 2 (duas) bibliotecas universitárias responderam prontamente e enviaram em tempo hábil para realização das análises.

As sugestões para o uso do *microblog* em bibliotecas universitárias referem-se à multiplicidade de conteúdos para inserção em postagens; verificação dos *retweets* e curtidas dos *posts* mais apreciados pelos usuários, para que esses conteúdos e tendências possam apresentados com a qualidade que a comunidade usuária necessita.

Neste contexto, o uso e a atualização do *Twitter* podem ser adicionados ao planejamento e ao cotidiano das tarefas desenvolvidas pelos bibliotecários. A integração dessa ferramenta digital ampliaria a relação entre biblioteca e usuários, criando possibilidades de visibilidade no meio acadêmico e científico. Visto que, atualmente há uma concorrência por resultados e melhores índices de qualidade de ensino e aprendizagem.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Giseli Adornato de. **Uso das ferramentas das redes sociais em bibliotecas universitárias**: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP. Dissertação (Mestrado)- Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2012.
- AMANTE, Maria João. Bibliotecas universitárias: semear hoje para colher amanhã. In: CONGRESSO NACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS, ARQUIVISTAS E DOCUMENTALISTAS, 9., 2007, Açores. **Informação para a cidadania, o desenvolvimento e a inovação**: actas. Lisboa: BAD, 2007.
- AMARAL, S. A. do; GUIMARÃES, T. P. Sites das Bibliotecas Universitárias brasileiras: estudo das funções desempenhadas. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 12., 2002, Recife. **Anais...** Disponível em: <<http://www.sibi.ufrj.br/snbu/snbu2002/oralpdf/131.a.pdf>>. Acesso em: 05 jan. 2014.
- ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- ANZOLIN, Heloisa Helena; CÔRREA, Rosa Lydia Teixeira. Biblioteca Universitária como mediadora na produção do conhecimento. **Diálogo educacional**, Curitiba, v.8, n.25, set./dez. 2008. Disponível em: <<http://www2.pucpr.br/reol/index.php/DIALOGO?dd1=2448&dd99=view>>. Acesso em: 02 jan. 2014.
- ARAÚJO, Paula Carina de. O blog na “era da informação” como ferramenta de compartilhamento de informação, conhecimento e para a promoção profissional. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.15, n.1, p. 201-213, 2010. Disponível em: <[http://revistaacb.emnuvens.com.br/racb/article/view/676/pdf\\_26](http://revistaacb.emnuvens.com.br/racb/article/view/676/pdf_26)>. Acesso em: 17 jun. 2014.
- BARBOSA, Ricardo Rodrigues; SEPÚLVEDA, Maria Inês Moreira; COSTA, Mateus Urlei Pereira da. Gestão da informação e do conhecimento na era do compartilhamento e da colaboração. **Informação e Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 19, n. 2, p. 13-24, maio/ago. 2009.
- BLATMANN, Ursula; SILVA, Fabiano, Couto Corrêa da. Colaboração e interação na Web 2.0 e biblioteca 2.0. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 12, n, 2, 2007. Disponível em: <<http://revista.acbsc.org.br/index.php/racb/article/download/530/664>>. Acesso em: 16 dez. 2013.
- BOYD, D.; GOLDBER, S.; LOTAN, G.; Tweet, tweet, retweet: conversational, aspects of retweeting on Twitter. **HICSS-43**. Kauai, HI:IEEE Press, 2010.

CANELAS, Lygia Luzia; VALENCIA, Maria Cristina. O twitter como disseminador da informação e conteúdo digital em bibliotecas públicas. **CRB-8 Digital**, São Paulo, v.5, n.1, p. 22-32, jan. 2012.

CARVALHO, Lidiane dos Santos. **Informação, comunicação e inovação**. 2009. 134 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Informação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CONTI, Daiana Lindaura; PINTO, Maria Carolina Carlos. Ferramentas colaborativas para bibliotecas. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.15, n.1, p. 07-21, jan./jun., 2010.

COUTINHO, Carla Pereira; BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista. Blogs e Wiki: futuros professores e as ferramentas da Web 2.0. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE INFORMÁTICA EDUCATIVA, 9., 2007, Porto. **Anais**. Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico do Porto, 2007. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7358/1/Com%20SIIE.pdf>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

CRESPO, Isabel Merlo; RODRIGUES, Ana Vera Finardi; MIRANDA, Celina Leite. Bibliotecas universitárias e as fontes de informação eletrônica: o bibliotecário e as novas demandas. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 14., 2006. Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2006.

CUNHA, Murilo Bastos da. A biblioteca universitária na encruzilhada. **Datagramazero**, Rio de Janeiro, v.11, n. 6, dez. 2010. Disponível em: <[http://www.datagramazero.org.br/dez10/Art\\_07.htm](http://www.datagramazero.org.br/dez10/Art_07.htm)>. Acesso em: 10 dez. 2013.

CUNHA, Murilo Bastos da. Construindo o futuro: a biblioteca universitária brasileira em 2010. **Ciência da Informação**, v. 29, n. 1, jan./abr. 2000. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/269/237>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

DAMASIO, Edilson. O papel das bibliotecas universitárias e da informação para indústria e negócios conforme a “Lei de inovação” no contexto científico e tecnológico. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 13., Natal, 2004. **Anais...** Natal, 2004.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **O Planejamento da Pesquisa Qualitativa**: teorias e abordagens. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DI LUCCIO, F.; NICOLACI-DA-COSTA, A. M. *Blogs de diários pessoais a comunidades virtuais de escritores e leitores*. **Psicologia Ciência e Profissão**, v.30, n.1, 2010.

DIB, Simone Faury; LIMA, Clóvis Ricardo Montenegro de. *Administração discursiva: uma nova perspectiva para as bibliotecas universitárias brasileiras*. **Inf. Prof.**, Londrina, v. 2, n. 2, 2013, p. 92-118.

FERREIRA, Lusimar Silva. **Bibliotecas universitárias brasileiras**. São Paulo: Pioneira, 1980.

FERREIRA, Sueli. *Diálogo necessário entre bibliotecas públicas e universitárias e sociedade*. In: \_\_\_\_\_; TARGINO, Maria das Graças (Org.) **Conhecimento: custódia e acesso**. São Paulo: SIBiUSP, 2012, p. 11-13.

FERRER, Rafael. *A internet é essencial para 82% das pessoas, diz estudo*. **INFO Online**, São Paulo, maio 2012. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/a-internet-e-essencial-para-82-das-pessoas-diz-estudo-10052012-24.shl>>. Acesso em: 25 fev. 2014.

FRAGOSO, S; RECUERO, R.; AMARAL, S. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

FUJITA, Mariângela. *Aspectos evolutivos das Bibliotecas Universitárias em ambiente digital na perspectiva da rede de bibliotecas da UNESP*. **Informação & Sociedade: estudos**, João Pessoa, v.15, n.2, p. 97-112, jul./dez. 2005. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/33/1514>>. Acesso em: 13 fev. 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUNELIUS, Susan. **Blog posting frequency overview: how often should you publish new content on your blog?** [2008]. Disponível em: <<http://weblogs.about.com/od/startingablog/qt/BlogPostingFreq.htm>>. Acesso em: 16 jun. 2014.

JESUS, Deise Lourenço de; CUNHA, Murilo Bastos da. *Produtos e serviços da Web 2.0 no setor de referência das bibliotecas*. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 17, n. 1, p. 110-133, jan./mar. 2012.

JOB, Ivone; FONSECA, Cintia Cibele Ramos. *Lugares do conhecimento: as bibliotecas universitárias*. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 14., Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2006. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/7965/000563218.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 15 abr. 2014.



KIM, H. J. Motivations for hiperlinking in scholarly eletronic articles: a qualitative study. **Journal of the American Society for Information Science**, Washington, p. 51, n.10, p. 887-899, Aug. 2000.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LEMOS, André. **A arte da vida**: diários pessoais e webcams na internet. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., 2002a, Salvador. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/109986911192793762783072499970909167230.pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2014.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 5 ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

\_\_\_\_\_. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 2. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

LEIVA, Marcos; MENEZES, Francisco. Sobre os blogs e microblogs: a cultura snack e a representação social dos usuários do plurk. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais eletrônicos**. Curitiba: Intercom, 2009.

LÜDKE, Menga. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

MACIEL, A.C.; MENDONÇA, M.A.R. A função gerencial na biblioteca universitária. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 11., Florianópolis, 2000. **Anais...** Florianópolis, 2000.

MANESS, Jack M. Teoria da biblioteca: Web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Informação e sociedade**: Estudos, João Pessoa, v.17, n.1, p. 43-51, jan./abr. 2007.

MARQUES, Márcia Siqueira Costa. Blogs podem ser a imprensa livre de uma nova era. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais eletrônicos**. Curitiba, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3602-2.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2014.

OLIVEIRA, Lucas Santos de. **Funcionalidades colaborativas no compartilhamento de conteúdos em redes sociais na Web 2.0**: uma engenharia de domínio baseada no modelo de 3C de colaboração. 2010. 124 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Instituto de Matemática e Estatística, Universidade de São Paulo, 2010.

ORDUÑA, Octavio (org). **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

O'REILLY, Tim. **O que é Web 2.0: padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software**. Tradução Miriam Medeiros, 2006. Disponível em: <<http://pressdelete.files.wordpress.com/2006/12/o-que-e-web-20.pdf>>. Acesso em: 18 nov. 2013.

PEREIRA, Débora Maria Russiano; GRANTS, Andréa Figueiredo Leão; BEM, Roberta Moraes de Bem. Biblioteca 2.0: produtos e serviços oferecidos pelo Sistema de Bibliotecas da UFSC. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.15, n.1, p. 231-243 jan./jun., 2010.

PRIMO, Alex. **Interação mediada pelo computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RECUERO, Raquel. **A economia do Twitter: mais apontamentos**. 2009. Disponível em: <[http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/a\\_economia\\_do\\_twitter\\_mais\\_apontamentos.html](http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/a_economia_do_twitter_mais_apontamentos.html)>. Acesso em: 16 nov. 2013.

\_\_\_\_\_. **Rede sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

\_\_\_\_\_. **Weblogs, webrings e comunidades virtuais**. 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-weblogs-webringscomunidades-virtuais.pdf>> Acesso em: 27 nov. 2013.

RECUERO, R.; ZAGO, G. Em busca das “redes que importam”: redes sociais e capital social no Twitter. **Líbero**. São Paulo, v. 12, n. 24, p. 81-94, dez. 2009. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewArticle/6787>> . Acesso em: 24 set. 2013.

REIS, Marivaldina Bulcão. **Biblioteca Universitária pública e a disseminação da informação**. 2008. 244 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação), Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

SANTAELLA, Lúcia; LEMOS, Renata. **Rede sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTOS, Alexandra; ANDRADE, António. Bibliotecas Universitárias portuguesas no universo da Web 2.0. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, n. esp., 2. sem. 2010.

SCHITTINE, Denise. **Blog: Comunicação e escrita íntima**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

SCHWEITZER, Fernanda. O serviço de referência da Biblioteca Central da UFSC e o programa de capacitação do usuário: desenvolvimento de uma ferramenta colaborativa com base na tecnologia wiki. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, Nova Série, São Paulo, v.4, n.1, p. 6-19, jan./jun., 2008.

SEIXAS, Fábio. Micro-blogging. In: SPYER, Juliano (Org.). **Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. 2009. Disponível em: <[http://www.esalq.usp.br/biblioteca/PDF/Para\\_entender\\_a\\_Internet.pdf](http://www.esalq.usp.br/biblioteca/PDF/Para_entender_a_Internet.pdf)>. Acesso em: 17 out. 2013.

SOBREIRA, Fernanda. et al. Publicidade nas redes sociais. In: CONGRESSO BRASILEIRO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais eletrônicos**. Curitiba: Intercom, 2009.

SOUSA, Margarida Maria de. **A biblioteca universitária como ambiente de aprendizagem no ensino superior**. 90 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Informação)- Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2009.

SOUSA, Rodrigo Caxias de. **Trilhas de comunicação científica: links de postagem de pesquisadores brasileiros nos blogs de ciência**. 272 f. Tese (Doutorado em Ciências da Informação)- Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

TARAPANOFF, Akira N. A. A biblioteca universitária vista como organização social. In: MACHADO, Ubaldino Dantas. (Ed.). **Estudos avançados em Biblioteconomia e Ciência da Informação**. Brasília, DF, 1982, cap. 3, p. 73-92.

VARELA-OROL, Concha. Hacia un nuevo paradigma bibliotecário?: el nuevo orden digital. **El profesional de la información**, Barcelona, v.20, n.5, sep./oct. 2011, p;. 564-570.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Recirculação jornalística no Twitter: filtro e comentário de notícias por integrantes como uma forma de potencialização da circulação**. 2011. 204 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)- Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

ZAGO, Gabriela da Silva. Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características. In: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 6., 2008, Niterói. **Anais eletrônicos**. Niterói, 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>>. Acesso em: 03 out. 2013.

ZAFALON, Zaira Regina. Biblioteca em tempo real: o acesso em foco: proposta crítica do modelo de organização da informação na contemporaneidade.

**Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v.6, n.1, p. 61-83, jan./jun. 2008.

**APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS RESPONSÁVEIS PELA ATUALIZAÇÃO DOS PERFIS DAS BIBLIOTECAS CENTRAIS DA UFRGS E PUCRS NO *TWITTER*.**

- 1 - Qual profissional atualiza o perfil da instituição no *microblog*?
- a) ( ) Bibliotecário
  - b) ( ) Auxiliar de biblioteca
  - c) ( ) Estagiário
  - d) ( ) Outros
- 2- Em média, com que frequência o perfil da Biblioteca é atualizado?
- a) ( ) Diariamente
  - b) ( ) 3 a 5 vezes por semana
  - c) ( ) 2 vezes por semana
  - d) ( ) Uma vez por semana
  - e) ( ) Somente quando há notícias relevantes a serem divulgadas
- 3- Você considera que o uso do *Twitter* aproximou biblioteca e usuários?
- a) Sim
  - b) Não
- Justifique sua resposta:
- 4- Como é realizado o processo de cada postagem? Como são escolhidos os conteúdos e *links* a serem postados no perfil?
- 5- Qual a questão determinante para inserção ou não de um *link* entre as postagens do *Twitter*?
- 6- O número de *retweets* e curtidas são observados para analisar a tendência de assuntos mais interessantes aos usuários que seguem o perfil da biblioteca?
- 7- O uso do *Twitter* até o momento apresentou vantagens e desvantagens consideráveis?

**8** - O acesso e a manutenção de perfis nas redes sociais constam no planejamento estratégico da biblioteca?

## **APÊNDICE B – CARTA CONVITE ENVIADA ÀS BIBLIOTECAS CENTRAIS DA UFRGS E PUCRS**

Prezados (as) senhores (as),

Sou acadêmica do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil. Estou desenvolvendo o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) que consiste na análise da utilização do *Twitter* em Bibliotecas Universitárias do Rio Grande do Sul.

Portanto, seria imprescindível que o responsável pela atualização do *microblog* pudesse responder ao questionário que será enviado para o *e-mail* da instituição. A sua participação e colaboração serão essenciais para o desenvolvimento da pesquisa e obtenção de resultados.

Agradeço a sua atenção e compreensão e me coloco à disposição para possíveis esclarecimentos e informações.

Contato: [gislene.jacques@ufrgs.br](mailto:gislene.jacques@ufrgs.br)

Gislene Jacques