Universidade de São Paulo
Escola de Comunicações e Artes
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

**USO DAS FERRAMENTAS DE REDES SOCIAIS EM BIBLIOTECAS
UNIVERSITÁRIAS:**
um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP

Giseli Adornato de Aguiar

Orientador: Prof. Dr. José Fernando Modesto da Silva

São Paulo
2012

Prof. Dr. João Grandino Rodas
Reitor da Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Mauro Wilton de Sousa
Diretor da Escola de Comunicações e Artes

Profa. Dra. Brasilina Passarelli
Chefe do Departamento de Biblioteconomia e Documentação

Profa. Dra. Asa Fujino
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

GISELI ADORNATO DE AGUIAR

**USO DAS FERRAMENTAS DE REDES SOCIAIS EM BIBLIOTECAS
UNIVERSITÁRIAS:**

um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Área de concentração: Cultura e Informação

Orientador: Prof. Dr. José Fernando Modesto da Silva

Versão Corrigida

São Paulo
2012

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

FICHA CATALOGRÁFICA

Aguiar, Giseli Adornato de

Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias :
um estudo exploratório com as bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP /
Giseli Adornato de Aguiar. – São Paulo, 2012.
184 f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, 2012.
Orientador: José Fernando Modesto da Silva.

1. Biblioteca universitária 2. Ferramentas de rede social 3. *Web 2.0*
4. Geração Y I. Universidade de São Paulo. Escola de Comunicações e
Artes. II. Título.

CDD – 027.7

AGUIAR, Giseli Adornato de
Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo
exploratório na UNESP, UNICAMP e USP.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. José Fernando Modesto da Silva – Orientador
Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Waldomiro de Castro Santos Vergueiro
Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Cesar Alexandre de Souza
Universidade de São Paulo

*À minha mãe, Maria José,
pelo amor, apoio e investimento
na minha educação, sem os quais
eu não teria chegado até aqui.*

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela benção da vida e oportunidades concedidas.

Aos meus pais, Mario e Maria, e ao meu irmão Cesar que, com muito carinho, compreensão e apoio, não mediram esforços para que eu chegasse até esta etapa de minha vida.

Ao Prof. Dr. José Fernando Modesto da Silva por sua orientação, paciência, palavras de apoio e incentivo que tornaram possível a conclusão desta dissertação.

Aos Professores Waldomiro Vergueiro e Cesar Alexandre de Souza pelas valiosas colaborações oferecidas durante o exame de qualificação.

A Dulcineia Diva Jacomini por permitir, incentivar e propiciar condições para que eu chegasse ao final do mestrado.

A todos os amigos e colegas do curso de mestrado (Joeli, Marielle, Ana, Lani, Rosária, Caco, Alexandre, Raquel, Nelma etc.) e, em especial, Charlene Lemos (sua amizade foi essencial nesse processo) pelas palavras de apoio, pelos momentos de trabalho em grupo e de descontração e por compartilharmos angústias e inseguranças.

Ao meu amigo André, pelo incentivo, pela ajuda, pelo companheirismo, pelo exemplo e pela nítida vontade de testemunhar o meu crescimento como pessoa e como profissional.

As minhas amigas Sarah e Maria Daniela pela amizade e trocas intelectuais que proporcionaram momentos agradáveis e de aprendizagem.

Aos queridos amigos da Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP, principalmente, Margarida, Sandra e Sheyla, pela colaboração, pela boa vontade, pelo interesse, pelo incentivo e pelo carinho que tenho recebido durante esses anos.

A todos os amigos e colegas de trabalho que incansavelmente me ouviram falar deste estudo e que souberem compreender esse momento de minha vida.

Aos parentes e amigos, por entenderem minha ausência durante o desenvolvimento da dissertação e por sempre torcerem por mim.

Aos bibliotecários e técnicos que colaboraram para a realização deste trabalho respondendo ao questionário e à entrevista.

Aos docentes do curso de Pós-Graduação em Ciência da Informação e Ciência da Comunicação pelos conhecimentos transmitidos.

A todos àqueles que direta ou indiretamente deram seu apoio e, de alguma forma, contribuíram para o desenvolvimento deste trabalho.

*Eu não posso afirmar que as coisas vão melhorar se nós mudarmos...
o que eu posso afirmar é que para que elas melhorem, nós temos que mudar.*

Georg Lichtenberg

RESUMO

AGUIAR, Giseli Adornato de. **Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias**: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP. 2012. 184f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

O objetivo da pesquisa é avaliar a contribuição das ferramentas de redes sociais da *Web* na melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços e produtos das bibliotecas universitárias. A pesquisa é de caráter exploratório com abordagem quantitativa e qualitativa, por meio da aplicação de questionário às bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP e de entrevista a uma amostra de bibliotecas dessas instituições. Os resultados revelam que as bibliotecas estão, ainda, em um estágio de experimentação com relação à utilização das redes sociais. Verifica-se que as ferramentas possibilitam novas formas de comunicação e de divulgação de informações, serviços e produtos para as bibliotecas, bem como de capacitação para seus usuários, o que resulta em inovações e agrega valor aos processos já existentes. Ao mesmo tempo, entende-se que as redes sociais não se caracterizam apenas como espaços de comunicação e divulgação, mas também de participação, colaboração e interação algo ainda, pouco explorado pelas bibliotecas consultadas. Apesar disso, acredita-se que as redes sociais podem contribuir na melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços e produtos bibliotecários.

Palavras-chave: Biblioteca universitária. Ferramentas de rede social. *Web* 2.0. Geração Y.

ABSTRACT

AGUIAR, Giseli Adornato de. **Use of social networking sites in academic libraries:** an exploratory study in UNESP, UNICAMP and USP. 2012. 184f. Dissertation (Master in Information Science) - School of Communications and Arts, University of São Paulo, São Paulo, 2012.

The objective of this research is to evaluate the contribution of social networking sites of the Web in improving communication and the quality of services and products offered in academic libraries. This is an exploratory research with quantitative and qualitative approaches. We have submitted questionnaires to the libraries of UNESP (São Paulo State University), UNICAMP (University of Campinas) and USP (University of São Paulo) and conducted interviews with a sample of libraries of these institutions. The results show that the libraries are still experimenting with the use of social networks. We have observed that the tools provide new forms of communication and dissemination of information, services and products for libraries, as well as build capacity for the users. This results in innovations and adds value to the existing processes. At the same time, we have understood that the social networks are not characterized only as spaces for communication and the dissemination of information, but also of participation, collaboration and interaction, all of which are still little explored by these libraries. In spite of this, we believe that social networks can contribute to the improvement of communication and the quality of services and products offered by libraries.

Keywords: Academic library. Social networking sites. Web 2.0. Generation Y.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Nuvem de <i>tags</i>	48
Figura 2 – Problema das Pontes de Königsberg	55
Figura 3 – Breve histórico do estudo sobre redes e redes sociais	56
Figura 4 – Coleção de grafos completo	59
Figura 5 – Rede de mundo pequeno	60
Figura 6 – Histórico das ferramentas de rede social	66
Figura 7 – Aplicações do Facebook para bibliotecas	73
Figura 8 – Desafios e benefícios na aplicação das redes sociais nas BUs	150

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Levantamento indicando o número de bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP que utilizam as redes sociais	89
Gráfico 2 – Indicações dos principais obstáculos que impedem a implantação e a utilização das redes sociais pelas BUs	90
Gráfico 3 – Levantamento indicando a quantidade de BUs que utilizam as redes sociais na UNESP, UNICAMP e USP.....	94
Gráfico 4 – Indicação da quantidade de BUs que utilizam as redes sociais na UNESP, UNICAMP e USP.....	95
Gráfico 5 – Distribuição dos profissionais de acordo com o tempo de formatura ..	101

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Síntese das principais informações, características e diferenças das gerações Belle Époque, Baby Boomer, X, Y e Z.....	38
Quadro 2 – Caracterização das coordenadorias de bibliotecas das universidades estaduais paulistas.....	80
Quadro 3 – Ferramentas de redes sociais utilizadas pelas BUs da UNESP, UNICAMP e USP	97
Quadro 4 – Número estimado de usuários da biblioteca.....	103
Quadro 5 – Quais as ferramentas de redes sociais utilizadas pela biblioteca?	104
Quadro 6 – Há quanto tempo, aproximadamente, foram criados os perfis da biblioteca nas ferramentas de redes sociais?.....	105
Quadro 7 – Quais os motivos da escolha dessas ferramentas de redes sociais?	106
Quadro 8 – Utilizava alguma outra ferramenta de redes sociais anteriormente?	108
Quadro 9 – Por que a biblioteca passou a utilizar as ferramentas de redes sociais? A adoção das ferramentas de redes sociais é resultado de um planejamento estratégico ou de uma política da coordenadoria de bibliotecas a que pertence? Ou é decisão interna?	110
Quadro 10 – Quais são os objetivos da biblioteca com o uso das ferramentas de redes sociais? Esses objetivos estão sendo alcançados? Tem algum exemplo de resultado?.....	114
Quadro 11 – Como os bibliotecários promovem o uso das ferramentas de redes sociais? (Por exemplo, programas de capacitação). E como é feita a divulgação?	116
Quadro 12 – Com que frequência, em média, os perfis da biblioteca são atualizados? Há alguém específico designado para essa função?	118
Quadro 13 – Quais as formas de avaliação utilizadas pela biblioteca quanto ao uso das ferramentas de redes sociais pelo usuário?.....	121
Quadro 14 – Foi realizada uma consulta ou estudo com os usuários para a escolha das ferramentas de redes sociais utilizadas?	123

Quadro 15 – Você observa que as ferramentas de redes sociais utilizadas pela biblioteca melhoraram a comunicação e o relacionamento com os seus usuários? De que forma?	125
Quadro 16 – Houve maior interação e colaboração dos usuários com conteúdos, comentários, sugestões, críticas etc. por meio das ferramentas de redes sociais?	127
Quadro 17 – O uso das ferramentas tem contribuído também para que a biblioteca trabalhe coletivamente com outras unidades acadêmicas na oferta de produtos e serviços?	131
Quadro 18 – Quais ferramentas de redes sociais contribuem para a melhoria da qualidade dos serviços e produtos da biblioteca? Como?	133
Quadro 19 – A biblioteca desenvolve serviços e produtos específicos para suas ferramentas de redes sociais? Exemplificar.	134
Quadro 20 – Quais são os principais desafios no uso das ferramentas de redes sociais pela biblioteca? Como está pensando em melhorar isso?	136
Quadro 21 – Quais as dificuldades, em suas atividades como gestor(a), para a implementação bem-sucedida das ferramentas de redes sociais?	139
Quadro 22 – Na sua opinião, quais são os benefícios quanto ao uso das ferramentas de redes sociais para a sua biblioteca? E com relação às bibliotecas universitárias em geral?	142
Quadro 23 – Como você vê o papel do bibliotecário diante desse cenário?	144

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Total de entrevistas realizadas divididas por áreas.....	83
Tabela 2 – Distribuição do número de questionários enviados a cada universidade e recebidos.....	88
Tabela 3 – Distribuição do total de BUs que possuem ferramentas de redes sociais, divididas por universidade e área do conhecimento.....	96
Tabela 4 – Distribuição do total de BUs pesquisadas nas três universidades, por área do conhecimento	96
Tabela 5 – Formação dos entrevistados.....	99
Tabela 6 – Cargos ocupados pelos entrevistados	100

LISTA DE ABREVIações E SIGLAS

ALA – American Library Association
BU – Biblioteca universitária
CD-ROM – Compact Disc Read-Only Memory
CI – Ciência da Informação
CRUESP – Conselho de Reitores das Universidades Estaduais Paulistas
CSS – Cascading Style Sheets
DVD – Digital Versatile Disc
FEA – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
HTML – Hypertext Markup Language
MIT – Massachusetts Institute of Technology
OCLC – Online Computer Library Center
QR CODE – Quick Response Code
RSS – Really Simple Syndication
TIC – Tecnologia de Informação e Comunicação
UNESP – Universidade Estadual Paulista
UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas
USP – Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	19
1.1 Justificativa	23
1.2 Objetivos	26
1.2.1 <i>Objetivo geral</i>	26
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	26
2 REVISÃO DA LITERATURA	28
2.1 Biblioteca universitária	28
2.1.1 <i>A universidade e a biblioteca universitária</i>	28
2.1.2 <i>Biblioteca universitária: breve histórico</i>	30
2.1.3 <i>Biblioteca 2.0</i>	33
2.2 Geração Y	36
2.3 Web 2.0	46
2.3.1 <i>Rede, rede social e ferramentas de rede social: conceituações</i>	49
2.3.1.1 Rede	50
2.3.1.2 Rede social	51
2.3.1.3 Ferramentas de rede social	53
2.3.2 <i>Estudos e teorias sobre redes e redes sociais</i>	55
2.4 Bibliotecas universitárias e as ferramentas de rede social da Web	63
2.4.1 <i>Redes sociais de compartilhamento de documentos</i>	67
2.4.2 <i>Redes sociais de compartilhamento de fotos</i>	67
2.4.3 <i>Redes sociais de compartilhamento de vídeos</i>	69
2.4.4 <i>Redes sociais de relacionamento</i>	71
2.4.5 <i>Redes sociais individualizadas</i>	74
2.4.6 <i>Redes sociais literárias</i>	74
2.4.7 <i>Blogs</i>	75
2.4.8 <i>Microblogs</i>	76
2.4.9 <i>Social bookmarking</i>	77
3 METODOLOGIA	79
3.1 Universo de pesquisa	80
3.1.1 <i>Amostragem</i>	82
3.2 Etapas de pesquisa	83

3.2.1 Coleta de dados.....	85
3.2.2 Análise dos dados.....	86
4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	87
4.1 Coleta de dados	87
4.1.1 Questionário e levantamento de dados na internet	87
4.1.1.1 Caracterização das bibliotecas universitárias da UNESP, UNICAMP e USP	94
4.1.2 Entrevistas	98
4.1.2.1 Caracterização dos entrevistados.....	99
4.1.2.2 Caracterização das bibliotecas universitárias entrevistadas	101
4.1.2.3 Análise e interpretação dos dados das entrevistas.....	104
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	149
5.1 Considerações	149
5.2 Recomendações	153
5.2.1 Para as bibliotecas universitárias.....	153
5.2.2 Para as coordenadorias de bibliotecas.....	154
5.2.3 Para os bibliotecários.....	154
REFERÊNCIAS	155
APÊNDICES	167
APÊNDICE A – Relação entre as perguntas da entrevista e os objetivos específicos da pesquisa.....	168
APÊNDICE B – Apresentação da pesquisa e do questionário	169
APÊNDICE C – Mensagem que acompanhou o questionário <i>on-line</i>	171
APÊNDICE D – Questionário.....	172
APÊNDICE E – Apresentação da entrevista e convite à participação da biblioteca.....	175
APÊNDICE F– Roteiro de entrevista	176
ANEXOS.....	178
ANEXO A – Bibliotecas universitárias da UNESP	179
ANEXO B – Bibliotecas universitárias da UNICAMP	181
ANEXO C – Bibliotecas universitárias da USP	182
ANEXO D– <i>Ranking</i> da Times Higher Education de 2011-2012	184

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo enquadra-se no programa “Ciência da Informação” (CI) e na linha de pesquisa “Gestão de Dispositivos de Informação”, na medida em que se pretende investigar as características das ferramentas de redes sociais da *Web*, objetivando a análise, a reflexão e o estudo de novas dinâmicas de divulgação e disseminação de informações, e de comunicação e interação com os usuários, no contexto das bibliotecas universitárias (BUs).

As bibliotecas – como outros dispositivos culturais – foram construídas pelo homem, portanto, refletem as mudanças históricas, sociais, políticas, culturais e tecnológicas de cada época.

O uso das tecnologias de informação e comunicação (TICs) em ambientes das BUs é uma evolução natural desses espaços de conhecimento acadêmico. Bibliotecas passaram do manejo de catálogos manuais para sistemas bibliográficos automatizados; dos conteúdos impressos divulgados nos murais das instituições para as *webpages* estáticas e, agora, têm a oportunidade de oferecer, por meio das ferramentas tecnológicas presentes na geração da chamada *Web 2.0*, novas possibilidades comunicacionais e informacionais.

A somatória dessas evoluções nos conduz a um novo perfil de BU – a biblioteca 2.0 – que se caracteriza pela aplicação do pensamento e das tecnologias *Web 2.0* aos serviços e às coleções de bibliotecas. Suas características principais são: é centrada no usuário; é uma experiência multimídia; é rica socialmente; e, é comunitariamente, inovadora. (MANESS, 2007).

O conceito de biblioteca 2.0 apresenta um modo de as BUs alcançarem a nova geração de usuários, popularmente conhecidos como Geração Y. De acordo com Markgren (2008), a Geração Y utiliza dispositivos eletrônicos para se informar, se comunicar e se socializar, é conectada às redes sociais e tem espírito colaborativo. Essa geração está redefinindo o propósito e a função das bibliotecas e obrigando-as a repensar a maneira como executam seu trabalho e o jeito que oferecem seus serviços.

As redes sociais são as mais promissoras e amigáveis tecnologias a serem aplicadas às BUs. “Redes sociais, em vários sentidos, é Biblioteca 2.0.” (MANESS,

2007, p. 47). Elas permitem uma interação com o usuário, dificilmente conseguida com o uso de outros meios de comunicação. (JESUS; CUNHA, 2012, p. 119).

As redes sociais, em geral, possuem ferramentas síncronas (*chat*)¹ e assíncronas (fóruns, grupos, eventos, notas etc.); interface customizável; recursos como vídeos, fotos e imagens, e *links* para outras interfaces. Além disso, possibilitam uma comunicação mais direta e informal, com trocas de informações entre os próprios usuários; a oportunidade de criar comunidades de interesse e perfis; a divulgação e o compartilhamento de informações, produtos e serviços, a exposição das conexões sociais de um indivíduo a outros de uma determinada comunidade e a participação e a colaboração do público nos processos e produtos. Alguns exemplos de ferramentas de redes sociais são:² Facebook, Orkut, Twitter, YouTube, Flickr entre outros.

No contexto da academia, é papel primordial da BU oferecer suporte ao ensino, à pesquisa e à extensão, e acompanhar as mudanças que ocorrem no âmbito acadêmico, para atender as demandas informacionais e comunicacionais de um público com novas características.

Como universo de pesquisa, optou-se pelas BUs existentes na Universidade Estadual Paulista (UNESP), na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e na Universidade de São Paulo (USP). A escolha das bibliotecas das três universidades decorre da posição de destaque em que essas instituições se encontram no cenário científico brasileiro, pois encontram-se entre as mais importantes universidades do país.

A USP é uma instituição pública que conta com 874 cursos distribuídos em 42 unidades, possui 44 bibliotecas e 85.697 alunos. Já a UNESP é a única presente em praticamente todo o território paulista, são 33 unidades em 23 cidades, 289 cursos, 32 bibliotecas e 46.634 alunos. Por fim, a UNICAMP, com 22 institutos ou faculdades, em sua maioria concentrados no campus de Campinas, possui 208 cursos, um total de 44.519 alunos e 27 bibliotecas, sendo uma central, uma de área e as demais nas unidades de ensino e pesquisas. (SISTEMA DE BIBLIOTECAS DA UNICAMP, 2012; UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, 2012; UNIVERSIDADE

¹ Em português significa conversação, ou bate-papo; é um neologismo para designar aplicações de conversação em tempo real. Esta definição inclui conversação em *sites Web* ou mensagens instantâneas. (CHAT, 2012).

² Suas características e definições são abordadas no tópico 2.4 “Bibliotecas universitárias e as ferramentas de rede social da *Web*”, p. 63.

ESTADUAL DE CAMPINAS, 2012; UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO, 2011b).

As três universidades estaduais, juntas, são responsáveis por grande parte das pesquisas desenvolvidas no país, por esse motivo necessitam de um suporte informacional e comunicacional eficiente, algo impossível de acontecer sem o uso das TICs.

Assim, deve-se pensar em novas formas de as BUs atuarem no contexto tecnológico atual da *Web*, procurando alcançar, além da melhoria no suporte ao ensino, à pesquisa e à extensão, o desenvolvimento institucional, e o de seus usuários, por meio da inovação de seus serviços e produtos.

Diante dessa conjuntura, questiona-se: as ferramentas de redes sociais existentes na *Web* contribuem para a otimização da comunicação e da qualidade dos serviços e produtos oferecidos pelas BUs da UNESP, UNICAMP e USP? E quais são os impactos, benefícios e desafios encontrados na aplicação das redes sociais em relação às BUs e seus gestores e equipe?

Desse modo, o objetivo principal da pesquisa é avaliar a contribuição das ferramentas de redes sociais da *Web* na melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços³ e produtos⁴ das BUs. A análise é baseada na visão dos profissionais e gerentes responsáveis pelas redes sociais das bibliotecas consultadas.

É importante frisar que as BUs já se comunicam com os seus usuários, mas as ferramentas de redes sociais podem trazer novos paradigmas de atendimento, além de modificar ou inovar essa comunicação. Nesse sentido, o intuito deste estudo não é analisar, exclusivamente, as ferramentas (que se alteram ou ficam obsoletas), mas também a forma e os conteúdos publicados pelas bibliotecas nessas ferramentas.

Refletir essa e outras questões é importante para a prática bibliotecária, sobretudo para a excelência no atendimento aos usuários. É necessário oferecer produtos e serviços diferenciados e adaptar-se aos paradigmas de uma sociedade em rede com novas formas de comunicação (*chat*, ferramentas de redes sociais

³ “[...] acervos e programas voltados para atender as necessidades informacionais de uma comunidade ou área geográfica.” (CUNHA; CAVALCANTI, 2008, p. 334).

⁴ “Resulta das atividades ou processo. [...] Produto informativo cuja função é facilitar ao usuário de um sistema a obtenção de informação, isto é, adquirir dados que possam ser usados para decidir ou controlar. Os livros, as bases de dados, os programas de computador e os serviços de consultoria são exemplos desse tipo de produto. Seu valor de mercado advém de sua capacidade de fornecer informação; produto cognitivo, produto do conhecimento.” (CUNHA; CAVALCANTI, 2008, p. 294).

etc.), de colaboração (redes sociais, folksonomia etc.) e possibilidades da informação digital.

A escolha do tema de pesquisa não foi por acaso. Ela advém de um antigo interesse pelo estudo das TICs aplicadas nas bibliotecas e pela própria prática profissional e o trabalho desenvolvido na BU da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA) da USP, onde foi possível observar uma rápida aceitação do uso das ferramentas de rede social pelos usuários. Entende-se que uma maior compreensão sobre esses recursos pode fornecer subsídios que nos auxilie a sanar dúvidas e incertezas sobre a sua utilização.

Outro ponto motivador à pesquisa é a sua relevância diante de outros temas, pois as redes sociais são uma realidade, seu uso se expande para todos os setores da sociedade, alterando a forma como as instituições se relacionam e se comunicam com seu público.

Para a metodologia, além da revisão da literatura, optou-se pela pesquisa exploratória, através da aplicação de questionário às bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP e de entrevista a uma amostra de seis BUs dessas instituições, com a intenção de familiarizar-se com o fenômeno, buscar mais informações e realizar análises e reflexões sobre o tema.

Para alcançar o pressuposto proposto, primeiramente, aborda-se o universo de estudo da pesquisa, a Biblioteca Universitária, relacionando sua função com a missão da universidade; após um breve histórico das bibliotecas em paralelo com as influências que as inovações tecnológicas trouxeram para esses espaços, é abordado o conceito de biblioteca 2.0, que representa uma nova forma de atuação das bibliotecas, mais condizente com as possibilidades tecnológicas e as características da sociedade atual.

Por sua vez, as características da Geração Y é o assunto do tópico 2.2, no qual relata-se as ferramentas utilizadas por essa geração e a influência das TICs em suas vidas. A intenção é refletir sobre as mudanças que as TICs provocam no comportamento do público universitário, no contexto da sociedade contemporânea, e os possíveis reflexos para as BUs.

Na seção 2.3, aborda-se a nova geração da internet, ou da *Web 2.0*, que traz consigo uma variedade de ferramentas *on-line*, como as redes sociais, entre outras. Abrange, ainda, o histórico e os conceitos e as teorias de redes, redes sociais e ferramentas de redes sociais para identificar as características desses recursos.

O tópico 2.4 “Bibliotecas universitárias e as ferramentas de redes sociais” apresenta as vantagens e as desvantagens no uso dessas ferramentas, além de exemplos encontrados, na literatura, de aplicação das redes sociais em bibliotecas.

Por fim, tem-se a análise e a interpretação dos dados coletados junto às bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP, em que é possível refletir sobre a forma como as redes sociais estão sendo utilizadas no contexto das BUs estaduais brasileiras, e também avaliar seus desafios e benefícios.

Anseia-se que o presente estudo traga um panorama da utilização das redes sociais pelas bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP, e sirva como ponto inicial de reflexão sobre a necessidade de as BUs adotarem essas ferramentas como um canal de comunicação com os seus usuários e vice-versa, bem como uma possibilidade de aprimorar e oferecer novos produtos e serviços a seu público.

Pretende-se, ainda, expor pontos fundamentais para uma melhor utilização, por parte dos bibliotecários, das redes sociais, proporcionando a esses profissionais um uso mais consciente dos instrumentos, contando que isso possa contribuir com o seu trabalho.

1.1 Justificativa

Os contemporâneos da internet e da cultura digital são popularmente conhecidos como Geração Y e abrangem as pessoas nascidas nas décadas de 1980 e 1990.

Estatísticas comprovam que as ferramentas de redes sociais são parte fundamental da vida dessas pessoas, que as utilizam para se comunicarem, interagirem e acessarem informações. (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2010; COMSCORE, 2012a, 2012b; IBOPE MÍDIA, 2010 e NIELSEN, 2011).

Segundo dados do Comitê Gestor da Internet no Brasil (2010), as regiões Nordeste (80%) e Norte (71%) apresentam os maiores percentuais de internautas que participam de redes sociais no Brasil, embora as regiões Sudeste (65%), Sul (68%) e Centro-Oeste (64%) possuam os maiores percentuais de pessoas que acessam a internet (45%, 43% e 45%, respectivamente).

Quando se analisa a utilização das redes sociais em diferentes faixas etárias, verifica-se que as pessoas com idade entre 16 e 24 anos representam o maior percentual (82%) de integrantes de redes sociais, seguidos imediatamente pelos

internautas com idade entre 10 e 15 anos (74%). (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2010). Exatamente a faixa de idade que compreende a maior parte do atual público discente.

As redes sociais mobilizam milhões de pessoas, o que torna natural imaginar as BUs se apropriando desses espaços como ferramentas de comunicação, acesso à produção de informações e interação com os usuários da chamada Geração Y e, também, de outras gerações.

Atualmente, qualquer pessoa que utiliza regularmente uma TIC em suas práticas sociais dificilmente fica à margem do fenômeno das redes sociais. No Brasil, elas têm ganhado cada vez mais adeptos. (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2010, p. 2).

Assim, os benefícios da utilização de redes sociais nas BUs não se restringe à Geração Y, mas a todos os usuários adeptos desses recursos. Sem contar que, independentemente das classificações, o que vale é o comportamento; a nomeação por período serve como um conceito didático necessário para destacar as principais características da sociedade atual.

Devido ao seu uso crescente, as ferramentas de redes sociais tornam-se cada vez mais objeto de estudo em diversas áreas.

Apesar disso, durante o levantamento bibliográfico, foi possível constatar que a utilização das redes sociais aplicada às BUs é um tema ainda pouco explorado pelos pesquisadores brasileiros.

Levantamento realizado, em 2010 e 2011, em bases de dados, nacionais e internacionais, e periódicos da área da CI,⁵ recuperou somente artigos sobre redes sociais em BUs internacionais, principalmente norte-americanas, e algumas espanholas.

Porém, ao se pesquisar em eventos das áreas de CI, Biblioteconomia e BUs,⁶ identificou-se alguns trabalhos, como o de Vieira, Carvalho e Lazzarin (2008) sobre “Uma proposta de modelo baseado na *Web 2.0* para as Bibliotecas das Universidades Federais”, que, apesar de não abordar especificamente as redes sociais, apresenta um tópico sobre o tema. Da mesma forma, Pontes e Santos (2011) escreveram um artigo sobre o uso das redes sociais no âmbito das BUs federais brasileiras. Também foi possível encontrar quatro trabalhos, com relatos de

⁵ As fontes se encontram descritas no capítulo 3 “Metodologia”, tópico “Etapas de pesquisa”, p. 83.

⁶ As fontes se encontram descritas no capítulo 3 “Metodologia”, tópico “Etapas de pesquisa”, p. 83.

experiências, sobre o uso das ferramentas de redes sociais por BUs das universidades estaduais paulistas, que se concentram na implantação de *blogs*, seguido pelo Twitter, Wikipédia, Delicious e Flickr. (GONÇALVES; CONCEIÇÃO; LUCHETTI, 2010; SANTOS, Cibele et al., 2010; SOUZA et al., 2010; WATANABE; PALETTA; YAMASHITA, 2010).

Em geral, os relatos são incipientes e evidenciam incertezas e dúvidas, e a necessidade de mais estudos sobre o tema para uma melhor compreensão de como utilizar as redes sociais.

Isso nos mostra que os profissionais à frente das BUs brasileiras estão adotando as redes sociais; no entanto, sentem falta de análises mais profundas sobre a implantação e a utilização bem-sucedida das ferramentas, o que justifica a relevância deste estudo.

“Ainda estamos começando a entender como as redes sociais podem ser usadas e com quais propósitos. O cenário ainda não está claro, o que não é de surpreender. As pessoas tendem a enquadrar o novo usando critérios antigos.”, observa Tapscott (2010, p. 72).

Quando as “imagens em movimento” foram inventadas, demorou-se até que os estúdios aproveitassem todas as possibilidades oferecidas pelo meio. Da mesma maneira, as ferramentas de redes sociais abrem possibilidades totalmente novas, mas que não são imediatamente compreendidas, assim como não está claro de que maneira deverão ser utilizadas. (TAPSCOTT, 2010, p. 72). Dessa forma, se fazem necessários estudos sobre o tema, inclusive no contexto das BUs.

Além disso, o cenário atual apresenta outro paradigma de BU: “mais do que um espaço que armazena livros e outros materiais, é, agora, uma instância onde ideias são compartilhadas, a aprendizagem é fomentada e novos conhecimentos são produzidos.” (FERREIRA, Sueli, 2012, p. 11).

Para Barros (2003, p. 31) as bibliotecas estão envoltas em novos contextos, novos públicos, novas composições de acervo, novas formas de acesso à informação, novas demandas, que, em contrapartida, exigem novas maneiras de atuar. Dessa forma, mudaram as possibilidades de suporte da informação, bem como mudaram as possibilidades de transmissão de conhecimentos, desde sua produção até o consumo, o que implica a incorporação das TICs às rotinas profissionais.

No caso das BUs “a sua capacidade de agregar serviços da *Web 2.0* é fundamental para a sua renovação face às modernas exigências.” (SANTOS; ANDRADE, 2010, p. 117).

As ferramentas de redes sociais são uma alternativa para as BUs manterem-se atuantes, participativas, inovadoras e com um processo de comunicação ativo com seus usuários. Elas devem superar seu conservadorismo para aceitar, avaliar e incorporar mudanças.

As redes sociais são parte da realidade da comunidade acadêmica. Dessa forma, se as BUs não querem ficar ociosas, nem deixar de atender seu público, elas precisam agregar valor aos seus produtos e serviços, interagindo e se flexibilizando.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Avaliar a contribuição das ferramentas de redes sociais da *Web* na melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços e produtos das bibliotecas universitárias.

1.2.2 Objetivos específicos

Descrever as características das ferramentas de redes sociais da *Web*.

Identificar as ferramentas de redes sociais utilizadas pelas bibliotecas das universidades estaduais públicas paulistas.

Detectar os motivos de escolha das ferramentas utilizadas pelas Bibliotecas Universitárias.

Determinar as razões que levaram as Bibliotecas Universitárias a usar as ferramentas de redes sociais.

Identificar a existência de política ou planejamento estratégico que norteie a implantação e o uso dessas ferramentas.

Analisar se as redes sociais podem ser utilizadas na divulgação de informações, serviços e produtos, e na comunicação e na interação entre as Bibliotecas Universitárias e os seus usuários.

Avaliar o relacionamento entre as redes sociais adotadas pelas Bibliotecas Universitárias e os serviços bibliotecários que demarquem as expectativas dos usuários.

Averiguar a existência de mensuração do uso das ferramentas de redes sociais pelas Bibliotecas Universitárias.

Conhecer os desafios e os benefícios na aplicação e no uso das ferramentas de redes sociais pelas Bibliotecas Universitárias.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Biblioteca universitária

Todas as mudanças implantadas nas BUs precisam estar alinhadas a sua missão, que, por sua vez, está atrelada à universidade.

Ao longo de sua história, as BUs sempre buscaram um bom desempenho e uma forma de se adaptar aos novos cenários tecnológicos e sociais para melhor cumprir sua função e, atualmente, isso não é diferente.

Assim, apresenta-se novas funções das BUs, em paralelo com as inovações tecnológicas e com a sua missão e a da universidade.

2.1.1 *A universidade e a biblioteca universitária*

As BUs existem para atender aos interesses da universidade e do público universitário. Dessa forma, a BU se caracteriza como uma organização sem autonomia, sendo dependente da universidade à qual pertence. “O relacionamento da universidade com a sociedade é seletivo, sujeito às funções da universidade dentro desta sociedade e de suas decisões e ‘negociações’ políticas. Este relacionamento é mutável no tempo e no espaço.” (TARAPANOFF, 1981, p. 9-10).

De acordo com o artigo 52 das Leis de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, entende-se que “as universidades são instituições pluridisciplinares de formação dos quadros profissionais de nível superior, de pesquisa, de extensão e de domínio e cultivo do saber humano.” (BRASIL, 1996, p. 18).

No contexto atual, vive-se um período de transformação com o advento da internet; uma rede que possibilita, entre outras coisas, à educação a distância, a comunicação por meio das ferramentas de redes sociais, a criação de repositórios digitais e o acesso aberto aos conteúdos acadêmicos sem barreiras físicas ou de tempo.

Desse modo, Cunha (2010) alerta que é difícil saber como serão os universitários do futuro e as suas necessidades de informação. “As tecnologias de ensino estão mudando, a criação do conhecimento está cada vez mais sendo feita

de forma colaborativa, o ensino à distância está caminhando para usos mais intensos.” (CUNHA, 2010).

Diante disso, Marcovitch (1998, p. 175-6), aponta um novo perfil para a universidade: ela deve ser integrada (promover o aproveitamento dos recursos e estreitar vínculos com outras instituições, valorizando a diversidade), empreendedora (antecipar-se ao futuro, com senso de responsabilidade e inovação, inclusive com a implantação de redes eletrônicas de comunicação) e generosa (integrar conhecimentos a serviço do interesse coletivo, sendo sensível à exclusão social).

Nesse contexto, é papel primordial da BU oferecer suporte ao ensino, à pesquisa e à extensão, e acompanhar as mudanças que ocorrem no âmbito acadêmico para atender as demandas informacionais e comunicacionais de um público com novas características.

O *Dicionário de biblioteconomia e arquivologia* define BU como a biblioteca “que é mantida por uma instituição de ensino superior e que atende às necessidades de informação dos corpos docente, discente e administrativo, para apoiar tanto as atividades de ensino quanto as de pesquisa e extensão.” (CUNHA; CAVALCANTI, 2008, p. 53).

Estamos diante de instituições historicamente reconhecidas: a biblioteca e a universidade, ambas envolvidas com um só objeto – o conhecimento – cabendo à primeira colecioná-lo e à segunda, produzi-lo, com um único objetivo: sua socialização, visando à aplicabilidade no futuro e, quiçá, em prol do desenvolvimento da humanidade. (CARVALHO, 2004, p. 104).

As mudanças tecnológicas, econômicas, culturais e sociais trazem consequências para as universidades, e, como resultado, as BUs também são afetadas. (CUNHA, 2010).

Assim, sendo as BUs parte e resultado da sociedade à qual pertencem, faz-se necessário apresentar um breve histórico de sua criação, para que se possa entender como elas se caracterizam na atualidade (tendências, conceitos etc.), visando novas formas de atendimento e ofertas de serviços e produtos.

2.1.2 Biblioteca universitária: breve histórico

Quando se volta para o passado das bibliotecas, o objetivo é a compreensão do presente. Por isso, conhecer sua história, e as tecnologias que influenciaram essa história, nos possibilita averiguar que as bibliotecas estão sempre se reinventando, modernizando sua comunicação, produtos e serviços, em sintonia com o meio externo.

De acordo com Morigi e Souto (2005, p. 191), as BUs surgem no período entre a Idade Média e o Renascimento. A princípio elas estavam ligadas às ordens religiosas, porém, no decorrer do tempo, começam a ampliar seu conteúdo temático além da religiosidade.

Esse fato caracterizou-se como o início de um novo momento para os povos do Ocidente: os livros extravasam o âmbito da religiosidade e avançam por outros territórios temáticos, em paralelo ao desenvolvimento das universidades. Oxford e Sorbonne foram as pioneiras e tiveram grandes bibliotecas. (FERREIRA, Sarah, 2010, p. 16).

A partir do século XVI tem-se o Renascimento, a ciência começa a se desenvolver impulsionada pelo descobrimento de terras além-mar. Nesse contexto, a BU ganha feições democráticas e de apoio à atividade de pesquisa científica.

Segundo Sousa (2009, p. 11), como na Europa, no Brasil as BUs “surgem a partir dos acervos de bibliotecas de ordens religiosas, como é o caso das bibliotecas dos jesuítas, que usavam seu acervo no apoio às suas atividades de ensino.”

Um grande impulso é dado com a Reforma Universitária de 1968, uma vez que a obrigatoriedade da existência de BUs estava instituída no processo. Além disso, autoridades da área educacional passam a investir no setor, melhorando as condições das BUs brasileiras. (CARVALHO, 2004, p. 84-5; PONTES; SANTOS, 2011).

Apesar de lentamente, mudanças começam a aflorar no âmbito das bibliotecas e tem-se a concepção da biblioteca moderna.

A biblioteca moderna rompeu os laços com a Igreja católica, estendendo a todos os homens a possibilidade de acesso aos livros, com isso precisou se especializar para atender as necessidades de cada leitor ou comunidade, deixando de ser passiva, deslocando-se

até o leitor, buscando entendê-lo e trazê-lo para a biblioteca. (MARTINS,⁷ 2001 apud MORIGI; SOUTO, 2005, p. 192).

Dentro de um novo contexto de avanços e descobertas tecnológicas, que se consolidam no século XX, os recursos audiovisuais surgem com força uma vez que trabalham com o resultado a combinação de três elementos: imagem, som e palavra. A informação deixa de estar estritamente ligada ao livro e passa a ser acessível por meio de variados suportes (CD-ROMs, DVDs, internet etc.). Percebe-se, com isso, o fim do predomínio do livro que, até o século XIX, reinou absoluto como forma dominante, e formalmente aceita, de transmissão do conhecimento.

Tem-se o advento do computador que, aliado à criação da internet, trouxe alterações na rotina de trabalho do bibliotecário, no acesso às informações pelo usuário e no processo de comunicação e interação entre os bibliotecários e seu público.

“Pela internet circula um volume de informações muito maior do que as bibliotecas contêm, podendo tornar os livros e revistas menos utilizáveis como fonte de informação para estudantes, pesquisadores e o público em geral.” (FERREIRA, Sarah, 2010, p. 28).

Assim, a importância da BU não se resume, somente, ao seu acervo interno, mas à sua capacidade de prover acesso para além das possibilidades de sua coleção impressa. (MARCHIORI, 1996, p. 4). A biblioteca, independentemente do suporte do documento e localização, passa a ser reconhecida por sua capacidade de acessar, recuperar, comunicar e intercambiar informações, agregando valor ou até viabilizando pontos de acesso nos quais o próprio usuário poderá, por meio de seu equipamento portátil, utilizar o sistema da biblioteca para acessar a informação. (CARVALHO, 2004, p. 28).

Surgem novos paradigmas, por causa do desenvolvimento das TICs muda-se o conceito central da biblioteca, do acesso ao acervo para o acesso à informação.

Para Sarah Ferreira (2010), altera-se, também, o perfil do usuário. Os estudantes de hoje são membros de uma geração digital e esperam maior interação, como, por exemplo, entrar em contato com o bibliotecário através de recursos da internet. Assim, a BU precisa reconhecer o usuário como ponto central no

⁷ MARTINS, Wilson. *A palavra escrita: história do livro, da imprensa e da biblioteca*. 3. ed. São Paulo: Ática, 2001.

planejamento e gerenciamento das atividades e, a partir desse reconhecimento, passar, realmente, a considerá-lo no desenho de produtos e serviços.

Saber com exatidão qual é o público a que serão oferecidos serviços de informação, como desafio profissional, é tarefa mais complexa e vai muito além do domínio das técnicas de localização e busca. [...] De pouco adianta ter um acervo perfeitamente organizado se entre ele e o público-alvo não existir sintonia permanente. (MILANESI, 2002, p. 84).

Na sociedade contemporânea, com a introdução das TICs, as bibliotecas passam a ter seus serviços automatizados, atendimento *on-line*, obras digitalizadas, acesso a catálogos bibliográficos e bases de dados *on-line*, serviços de comutação com outras bibliotecas, documentos em formato eletrônico (MORIGI; SOUTO, 2005, p. 193-4), trabalhos cooperativos em rede, novas formas de comunicação baseada na tecnologia digital e consórcios entre bibliotecas para a otimização e a potencialização de recursos e produtos informacionais.

A imagem da biblioteca como “depósito de livros”, com feição de templo sagrado, detentora única do saber, já não existe, assim, cria-se novas relações, em que o poder de armazenar, organizar, acessar e disseminar informações em suportes não está mais nas mãos, exclusivamente, dos bibliotecários, mas de todos que tenham acesso à internet.

“No passado a busca pelo conhecimento restringia-se às fontes disponibilizadas pelas bibliotecas [...]” (MORIGI; SOUTO, 2005, p. 194). Na atualidade, existe a internet – com uma quantidade infinita de informações disponíveis –, onde o usuário ganha autonomia no processo de busca da informação. Não é mais totalmente dependente da BU.

Nesse contexto, surgem novos conceitos de biblioteca: a eletrônica,⁸ a digital⁹ e a virtual.¹⁰ Elas diferem da biblioteca tradicional, que baseia toda a sua coleção tendo o papel como o principal suporte de registro da informação.

⁸ “**Biblioteca electrónica:** es aquella que cuenta con sistemas de automatización, que le permiten una ágil y correcta administración de los materiales que resguarda, principalmente em papel. Así mismo, cuenta con sistemas de telecomunicaciones que le permitirán acceder a su información em formato electrónico, de manera remota o local. Proporciona principalmente catálogos y listas de las colecciones que se encuentran físicamente dentro de um edificio.” (MARTÍNEZ EQUIHUA, 2007, p. 14).

⁹ “**Biblioteca digital:** estas bibliotecas tienden a digitalizar sus colecciones y adquirirán información en formatos electrónicos, magnéticos y discos ópticos, y en alguns casos ya no tendrán información registrada en papel [...]” (MARTÍNEZ EQUIHUA, 2007, p. 14).

¹⁰ “**Biblioteca virtual:** es aquella que permite acceder a la información desde puntos remotos, sin necesidad de tenerla físicamente.” (MARTÍNEZ EQUIHUA, 2007, p. 14).

As três bibliotecas possuem características diferentes; em síntese, pode-se dizer que a biblioteca eletrônica oferece somente acesso *on-line* às referências das informações disponibilizadas na biblioteca tradicional; já a biblioteca digital possibilita o acesso *on-line* a textos completos; por sua vez, a biblioteca virtual simula o ambiente da biblioteca, nos dispositivos eletrônicos, por meio da tecnologia de realidade virtual.

Delineia-se a biblioteca do século XXI, conhecida como “biblioteca 2.0” ou “biblioteca híbrida”, por ser um espaço com serviços e produtos, simultaneamente, físicos e digitais, em que as TICs passam a ser a base da relação com o usuário.

2.1.3 Biblioteca 2.0

O termo “biblioteca 2.0” foi cunhado em 2005, por Casey (2005), em seu *blog* LibraryCrunch, e basicamente significa o uso das tecnologias da *Web 2.0*¹¹ nas bibliotecas.

Segundo Casey e Savastinuk¹² (apud BLACK, 2007, p. 10), a biblioteca 2.0 pode ser definida como um modelo para o serviço de biblioteca que incentiva a mudança constante, convidando a participação do usuário na criação tanto dos serviços físicos como dos virtuais de acordo com o que ele deseja, apoiado por serviços de avaliação consistentes. Também tenta alcançar novos usuários e atender melhor os atuais, por meio de ofertas voltadas para eles.

Maness (2007, p. 44) define “‘Biblioteca 2.0’ como a aplicação de interação, colaboração, e tecnologias multimídia baseadas em *web* para serviços e coleções de bibliotecas baseados em *web*”. Assim, ele limita a definição a serviços *Web*, e não a serviços gerais da biblioteca.

Já Blattmann e Silva (2007, p. 196) apontam que a biblioteca 2.0 não está voltada para o acesso e sim para o compartilhamento de informações, diferentemente do paradigma anterior de biblioteca.

O conceito de “biblioteca 2.0” não se resume simplesmente à aplicação da tecnologia, é uma mudança de atitude, uma nova maneira de se relacionar, interagir e se comunicar com o usuário, de oferecer produtos e serviços informacionais no

¹¹ Conteúdo sobre *Web 2.0* é abordado no tópico 2.3 “*Web 2.0*”, p. 46.

¹² CASEY, M.; SAVASTINUK, L. C. Library 2.0. *Library Journal*, v. 131, n. 14, p. 40-2, 2006.

âmbito da biblioteca. A biblioteca 2.0 coloca o usuário como o foco central de seus processos.

Percebe-se que o conceito de “biblioteca 2.0” ainda apresenta controvérsias, porém a expressão se justifica pela necessidade de os bibliotecários se voltarem ao debate e à experimentação das possibilidades surgidas com a *Web 2.0* nas bibliotecas.

Além do mais, os bibliotecários irão concordar que muito daquilo que foi adotado nas bibliotecas, na primeira revolução *Web*, é estático. Por exemplo, os catálogos de acesso público *on-line* atuais, em sua maioria, não respondem com recomendações – um serviço típico da *Web 2.0* – como faz o *site* da livraria Amazon.¹³ (MANESS, 2007, p. 44).

De acordo com Maness (2007, p. 44-5, grifo do autor), os elementos essenciais da biblioteca 2.0 são:

É centrada no usuário. Usuários participam na criação de conteúdos e serviços que eles veem na presença da biblioteca na *web*, OPAC etc. O consumo e a criação do conteúdo são dinâmicos [...] **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 e assíncronas para os usuários se comunicarem entre si e com os bibliotecários. **É comunitariamente inovadora.** Este é talvez o aspecto mais importante e singular da Biblioteca 2.0. Baseia-se no fundamento das bibliotecas como serviço comunitário, mas entende que as comunidades mudam, e as bibliotecas não devem apenas mudar com elas, devem permitir que os usuários mudem a biblioteca.

“Um dos papéis da nova biblioteca ou, como alguns autores já a denominaram, da ‘biblioteca 2.0’, é se utilizar de toda a tecnologia disponível, para melhorar e aperfeiçoar os seus produtos e serviços.” (JESUS; CUNHA, 2012, p. 111).

A missão da BU se mantém, porém os meios usados para alcançar seus objetivos se alteram, bem como seu papel. Na busca de um melhor desempenho, as bibliotecas utilizam-se cada vez mais das TICs, entre as quais destacam-se as redes sociais.

¹³ O *site* da Amazon destaca-se pelo seu serviço *on-line* que permite a avaliação dos produtos, resenhas de clientes etc. Além de um sistema de recomendação que combina várias técnicas computacionais para selecionar itens personalizados com base nos interesses dos usuários (por exemplo, “quem comprou este livro, também comprou estes...”). Fonte: <<http://www.amazon.com>>.

“Redes sociais, em vários sentidos, é Biblioteca 2.0. A face da presença da biblioteca na *web* no futuro pode parecer muito mais com uma interface de rede social.” (MANESS, 2007, p. 47).

A BU precisa encontrar o equilíbrio entre a adaptação ao novo e a manutenção dos serviços tradicionais, sem a necessidade de rupturas extremas, entendendo que a sua modernização e atualização visa melhor cumprir sua função primordial: prover 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.

Dessa forma, no próximo tópico serão abordadas as principais características da Geração Y.

2.2 Geração Y

Vive-se uma época de transformações, em grande parte por causa das inovações tecnológicas que influenciam e são influenciadas pelas pessoas contemporâneas a esse momento. Sobre isso, Tapscott (2010, p. 69) comenta que “a tecnologia está influenciando a maneira como as crianças pensam e se comportam, mas se trata de uma via de mão dupla – a maneira como as crianças pensam e se comportam está influenciando e moldando a própria internet.”

Atualmente, está em evidência a expressão Geração Y, que denomina as pessoas que nasceram entre os anos de 1977 e 1997, ou seja, são os contemporâneos deste momento social, histórico e tecnológico.

O conceito de “geração” tem sido um tema relevante nas Ciências Humanas e Sociais e por isso há diferentes estudos e visões sobre o assunto. Desde Comte, Mannheim, Dilthey e Abrams, entre outros, há abordagens teóricas e concepções diversas sobre os critérios que delimitam o período das gerações.

Não se intenciona, neste tópico, se aprofundar no conceito de “geração” e seus critérios de classificação, mas é importante esclarecer que a segmentação por gerações é algo estabelecido principalmente pelos sociólogos e que não há um consenso sobre a divisão dos períodos.

Feixa e Leccardi (2010) apontam que há uma linha teórica mais usual para a divisão das gerações – é a concepção mecânica de Comte –, que busca identificar um tempo quantitativo e objetivamente mensurável como critério para o progresso linear.

“Comte afirmou que o ritmo pode ser calculado simplesmente pela medição do tempo médio necessário para que uma geração seja substituída – na vida pública – por uma nova.” (FEIXA; LECCARDI, 2010, p. 187).

Nasce da teoria de Comte a concepção popular que durante décadas definiu “geração” como aquela que sucedia aos seus pais, dessa forma, calculava-se uma geração ao fim de um período de 25 anos. Porém, nos últimos cinquenta anos houve um aumento na expectativa de vida das pessoas, uma aceleração na percepção de tempo, no modo de se fazer as coisas, e a tecnologia também passou a ser decisiva para se criar marcas de tempo. Assim, o intervalo entre uma geração e outra ficou mais breve. Isso significa que pessoas de diferentes idades estão convivendo, cada vez mais, no mesmo ambiente social.

É importante esclarecer que as pessoas são classificadas em alguma geração pelo contexto, porém o comportamento pode se ajustar ao de outra geração, ou ser uma mistura do comportamento de duas ou mais, desde que o indivíduo consiga acompanhar as transformações dos cenários tecnológicos e de mercado que ocorrem na sociedade, por isso é possível ver um Baby Boomer com perfil de Geração Y. O que é válido é o comportamento, a classificação por período serve como um conceito didático necessário para destacar as principais características de cada época.

Dessa forma, a partir de uma classificação por período e seus acontecimentos sociais e tecnológicos mais marcantes foi possível identificar as seguintes gerações ao longo deste e do século passado (Quadro 1): Belle Époque (também conhecida como Geração Tradicional); Baby Boomer; Geração X (ou, ainda, Geração Baby Bust ou Geração TV); Geração Y (Millennials, Geração Internet ou Geração Digital) e Geração Z (Geração Next). (MARKGREN, 2008; OLIVEIRA, S., 2010; SANTOS, Cristiane et al., 2011; TAPSCOTT, 2010).

Para cada geração é possível identificar uma variedade de nomes que as definem, cada um com um significado que se justifica por um acontecimento, curiosidade ou aspecto tecnológico de cada época. Por exemplo, nos Estados Unidos, no período pós-guerra, com a volta dos homens da Segunda Guerra Mundial, muitas mulheres engravidaram, assim houve um *boom* de nascimentos, por isso a geração que aí começou é chamada de Baby Boomer.

Quadro 1 – Síntese das principais informações, características e diferenças das gerações Belle Époque, Baby Boomer, X, Y e Z

GERAÇÕES	PERÍODO	PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS	CARACTERÍSTICAS
Belle Époque	1920-1945 (1920-1940)	Grande depressão econômica; imigrações; Segunda Guerra Mundial / Invenção do rádio	Geração reconhecida por ser aplicada no trabalho, por respeitar as autoridades e as regras, pelos valores familiares dos “bons costumes” e pela clareza de papéis do homem e da mulher na sociedade.
Baby Boomer	1946-1964 (1943-1960)	Pós-Segunda Guerra Mundial; Guerra Fria; Guerra do Vietnã; <i>rock and roll</i> ; feminismo; Golpe de 64 no Brasil / Invenção da TV	Geração que valoriza a experiência e a fidelidade ao trabalho, procura estabilidade e segurança. São disciplinados, preocupados com o dever e têm nos mais velhos uma figura de autoridade.
X	1965-1976 (1960-1985)	Ditadura e perseguições políticas no Brasil; assassinatos de líderes políticos (Martin Luther King, Malcolm X etc.); rebeliões estudantis; movimento <i>hippie</i> e revolução sexual	É uma geração marcada pelo pragmatismo e que busca promover a igualdade de direitos e de justiça em suas decisões. Buscam a estabilidade financeira e dão valor à formação profissional.
Y	1977-1997 (1980-1999)	Restabelecimento da democracia e o controle da inflação no Brasil; queda do muro de Berlim e declínio do comunismo / Revolução tecnológica (computador pessoal, internet e videogame)	Geração que tem desenvoltura e familiaridade com a tecnologia; capacidade de inovar e pressa em construir reconhecimento e crescimento profissional. São informais, flexíveis, conectados e colaborativos.
Z	1998- (1993-/2000-)	Crescimento econômico no Brasil; atentado terrorista aos EUA (<i>World Trade Center</i>) / Interatividade digital (celular, <i>tablets</i> e redes sociais)	Geração do tudo ao mesmo tempo e agora, por isso impaciente. Fazem as coisas do jeito que querem, quando querem. Comunicam-se o tempo inteiro, mas isolados nos aparatos tecnológicos.

Fonte: S. Oliveira (2010); Cristiane Santos et al., (2011); Tapscott (2010).

Elaborado por: Giseli Adornato de Aguiar.

Nota: Uma vez que não há consenso sobre os anos limítrofes de cada geração, a tabela apresenta uma média das datas mais comuns, exibindo entre parênteses as concepções mais abrangentes e mais restritas de cada caso.

Neste trabalho, optou-se por adotar Geração Y (inclusive no título do tópico), por ser o termo mais popular que caracteriza essa geração na bibliografia. Segundo S. Oliveira (2010), a expressão surgiu por causa de um costume da antiga União Soviética que, devido a sua forte influência sobre os países de regime comunista, definia a primeira letra dos nomes que deveriam ser dados aos bebês nascidos em

determinados períodos. Entre os anos 1980 e 1990 a letra principal era Y e por esse motivo os pesquisadores a adotaram para designar a geração de jovens nascidos nessa época.

O foco do conteúdo abordado neste capítulo recai nas características da Geração Y, por representar a faixa etária dos atuais estudantes universitários. Diante disso, é importante que as BUs conheçam as características principais dessa geração e suas preferências tecnológicas, para que possam enfrentar e se adaptar a uma nova realidade social, histórica e tecnológica, favorecendo o crescimento da biblioteca frente a esse novo ambiente.

A Geração Y é constituída por indivíduos filhos da geração Baby Boomer e dos primeiros membros da Geração X. É conhecida como a geração dos resultados, tendo em vista que nasceram na época das TICs e do excesso de segurança. (SANTOS, Cristiane et al., 2011).

Para Tapscott (2010, p. 20), o fato de a Geração Y ter crescido em um ambiente digital causou um impacto em seu modo de pensar, a ponto de mudar a maneira como seu cérebro está programado: essa geração é mais ágil na forma de pensar que as gerações anteriores.

Passar menos tempo como receptores passivos na frente da televisão alterou o desenvolvimento cerebral da nova geração e provocou conexões cerebrais diferentes das conexões das gerações anteriores. Além disso, “essa geração foi inundada de informações, e o fato de ter aprendido a acessar, selecionar, categorizar e lembrar de tudo isso aumentou sua inteligência.” (TAPSCOTT, 2010, p. 42-3).

Diferentemente da televisão, que é uma mídia difusora unidirecional, a internet é uma mídia interativa, assim as crianças têm que procurar as informações, em vez de simplesmente observá-las, isso as obrigam a desenvolver o raciocínio e as habilidades investigativas. E muito mais, elas precisam se tornar críticas para identificar a qualidade, relevância e fidedignidade dos *sites* ou para discernir o que é real e o que é fictício no ambiente digital. (TAPSCOTT, 2010, p. 33).

Carr (2012) concorda que a internet mudou a forma como se usa o cérebro. Por causa da quantidade de informações, de todos os tipos e *links*, que interrompem as mensagens e remetem para outras páginas, a mente desenvolveu habilidades para tomar decisões rápidas e catalogar, arquivar e pesquisar informações. Porém, lê-se menos livros, ensaios e textos longos – que ajudam a ter foco, concentração,

introspecção e contemplação. Os jovens estão cada vez mais com características de bibliotecários (aptos a encontrar informações de forma rápida e escolher as melhores partes) do que de acadêmicos que podem analisar e interpretar dados. Para Carr, a ausência de foco obstrui a memória de longo prazo e como resultado tem-se uma geração mais distraída.

A geração atual convive com computadores, internet, celulares, *tablets*, *smartphones* etc. desde seu nascimento, por isso a tecnologia digital não é uma novidade. As crianças de hoje demonstram facilidade e total intimidade com o computador e outros equipamentos. Nada em relação às novas tecnologias parece intimidá-los. (OLIVEIRA, S., 2010, p. 38-9). Já os que estão na contramão da Geração Y, Prensky¹⁴ os batizou de “imigrantes digitais”, pois, como quase todo imigrante, eles geralmente têm dificuldades de entender os hábitos dos nativos digitais e por isso são resistentes às mudanças provocadas pela Geração Y. (HOWE, 2009, p. 229).

Sobre isso, Tapscott (2010, p. 16) explica que é compreensível que as pessoas fiquem na defensiva quando ameaçadas por algo novo e fora de sua compreensão. “Inovações e mudanças históricas no modo de pensar muitas vezes são recebidas com frieza, até mesmo com escárnio. Os interesses constituídos resistem às mudanças.”

E os bibliotecários das gerações anteriores? Estão abertos aos novos paradigmas da Geração Y?¹⁵

“O sentimento mais comum é o de insegurança, causado pelas incertezas geradas em consequência da ruptura de rotinas e do estado de conforto.” (OLIVEIRA, S., 2010, p. 27). “Enquanto as crianças assimilaram a tecnologia porque cresceram com ela, os adultos tiveram de se adaptar a ela – um tipo diferente e muito mais difícil de processo de aprendizado.” (TAPSCOTT, 2010, p. 29).

Além disso, há preocupações e críticas em relação à Geração Y por parte de acadêmicos, jornalistas e estudiosos. Com base na opinião de outros autores, tais como Bauerlein,¹⁶ Bly,¹⁷ Damon,¹⁸ Tapscott (2010, p. 11-4) identificou algumas questões importantes às quais as críticas são direcionadas:

¹⁴ PRENSKY, M. *Don't bother me mom – I'm learning!* St. Paul, Minn.: Paragon House, 2006.

¹⁵ Conteúdo investigado e abordado no capítulo 4 “Apresentação, análise e interpretação dos dados”, p. 87.

¹⁶ BAUERLEIN, M. *The dumbest generation: how the digital age stupefies young Americans and jeopardizes our future.* Nova York: Penguin Tarcher, 2008.

- É uma geração superficial e distraída, que não consegue se concentrar em nada;
- São sedentários, pois são viciados em internet e videogame e não têm tempo para praticar atividades físicas;
- Disponibilizam todo tipo de informação pessoal *on-line* (não valorizam a privacidade);
- São “mimados” pelos pais, por isso não conseguem lidar com a independência pessoal e são inseguros na escolha de um caminho profissional;
- Violam direitos de propriedade intelectual ao baixarem conteúdos digitais e, por causa da facilidade em usar a rede, realizam plágio;
- Intimidam os amigos pela internet e praticam *bullying*;¹⁹
- Por causa de alguns jogos de videogames, os adolescentes atuais são violentos;
- Desperdiçam tempo nas redes sociais;
- São narcisistas e a tecnologia alimenta e potencializa esse narcisismo;
- Não se envolvem com questões sociais, não se interessam em ler jornais ou assistir noticiários de TV;
- Não aprenderam a analisar um texto complexo, a armazenar fatos na mente, a aprender com a história ou a escrever corretamente.

Diante de tantas críticas e de um futuro aparentemente pessimista e desolador, Tapscott (2010, p. 14-5) gerenciou uma pesquisa entre 2006 e 2008, em que foram entrevistados quase dez mil integrantes da Geração Y, de todo o mundo (inclusive do Brasil), na tentativa de descobrir a verdade a respeito dessa geração. E, contrariando outros autores, sua pesquisa constatou que a Geração Y está muito bem e que a tecnologia trouxe aspectos positivos para os jovens, além de novas habilidades e características que ele resume em oito normas: liberdade; customização; escrutínio; integridade; colaboração; entretenimento; velocidade e inovação. (TAPSCOTT, 2010, p. 82).

Segundo Cristiane Santos et al. (2011, p. 16), as características mais marcantes dessa geração são:

¹⁷ BLY, R. *The sibling society*. Nova York: Vintage, 1997.

¹⁸ DAMON, W. *The path to purpose: helping our children find their calling in life*. Nova York: Free Press, 2008.

¹⁹ “[...] é um termo utilizado para descrever atos de violência física ou psicológica, intencionais e repetidos, praticados por um indivíduo (do inglês *bully*, valentão) ou grupo de indivíduos causando dor e angústia, sendo executadas dentro de uma relação desigual de poder.” (BULLYING..., 2012).

familiaridade com a tecnologia; rápida adaptação às mudanças; necessidade de respostas e resultados imediatos; preferência por valores individuais em relação aos sociais; expectativa de um direcionamento claro por parte dos líderes, autonomia na execução e reconhecimento pelo resultado; gosto pelo desafio; busca pelo equilíbrio entre vida profissional e pessoal.

As pessoas da Geração Y são consideradas imediatistas, superficiais, colaborativas e valorizam muito mais os relacionamentos, a conexão e a integração do que a privacidade. (OLIVEIRA, S., 2010; SANTOS, Cristiane et al., 2011; TAPSCOTT, 2010).

Alguns comportamentos caracterizam essa geração com mais propriedade, como a necessidade de constante reconhecimento, a opção por padrões informais e flexíveis, a individualidade como forma de expressão e a busca intensa por ampliação da rede de relacionamentos. (OLIVEIRA, S., 2010, p. 64).

A Geração Y está mais aberta a novos modelos de trabalho, mais do que estabilidade, eles querem participar dos processos e não se importam com a hierarquia como as outras gerações, eles priorizam a flexibilidade, mas gostam de trabalhos claramente definidos, metas factíveis e reconhecimento pelos objetivos alcançados. (OLIVEIRA, S., 2010; SANTOS, Cristiane et al., 2010; TAPSCOTT, 2010).

Eles fazem várias coisas ao mesmo tempo, ou seja, os jovens possuem aptidão para multitarefa, inclusive quando estão no trabalho ou estudando. Reportagem da revista *Galileu* acrescenta que, ao mesmo tempo que estudam, são capazes de ler notícias na internet, checar a página do Facebook, escutar música ou ver TV e ainda prestar atenção na conversa ao lado. Para eles, a velocidade é outra – os resultados precisam ser mais rápidos e os desafios, constantes. (LOIOLA, 2009).

Os jovens da Geração Y vivem com estímulos: música, internet, amigos, colégio, televisão etc., e isso se reflete em suas atitudes e escolhas. Para Tapscott (2010, p. 32-3), eles não aceitam simplesmente o que lhes é oferecido. Eles são iniciadores, colaboradores, organizadores, leitores, escritores e autenticadores.

Outra importante característica da Geração Y está relacionada ao acesso à informação. A Geração Y foi exposta a uma massificação de informações científicas

que não estavam à disposição de seus pais, por isso tem mais habilidade em absorvê-las. (TAPSCOTT, 2010).

Percebe-se que os jovens de hoje, por conta da internet, têm acesso a mais informações, inclusive científicas, do que as gerações anteriores, por isso não precisam, necessariamente, se dirigirem às bibliotecas para obter as informações de que precisam. Assim, torna-se relevante investigar se as BUs estão preparadas para atender a esse público.

No século XXI, o conhecimento está fluindo com mais liberdade do que nunca, graças à internet. A Geração Y não se contenta em esperar até as 18h para ver o noticiário da noite. Eles querem vê-lo quando e onde tiverem vontade. A maioria dos jovens dessa geração obtém suas notícias *on-line*, de fontes de notícias e de *blogs*. (TAPSCOTT, 2010, p. 59).

A geração atual cria seus próprios *blogs* e procura compartilhar informações e colaborar em projetos de interesse mútuo.

Eles têm mais informações, mais habilidades e, em breve, serão mais atualizados do que qualquer pessoa de outra geração – com raras exceções. Eles foram estimulados desde a primeira infância, principalmente, a usar internet. “Assim como os jovens da Geração X não conheceram os lares sem energia elétrica, geladeira e televisão, os da Geração Y não conseguem conceber o mundo sem computadores, celulares e internet.” (OLIVEIRA, S., 2010, p. 106).

Para Kullock (2011), a Geração Y não se interessa apenas em obter a informação, mas em compartilhá-la com os amigos e a comunidade em geral. Para a Geração Y, “informação é poder”, mas ao contrário das gerações anteriores, compartilhar as informações com a comunidade também é importante.

Com relação à tecnologia, Tapscott (2010, p. 110) observa ainda que a Geração Y se sente à vontade usando ferramentas *on-line* para se comunicar.

Porém, um estudo da nGenera constatou que a Geração Y considera ultrapassado o *e-mail* – 48% dos entrevistados consideram o *e-mail* algo profissional e formal, ao passo que outros 31% o consideram “chato”. Por outro lado, eles têm uma conexão permanente com a internet por meio do celular e estão sempre conectados às redes sociais. (TAPSCOTT, 2010, p. 61-3).

No Brasil, o Comitê Gestor da Internet no Brasil (2010, p. 5) realizou uma pesquisa que mostra que “[...] os internautas com idade entre 16 e 24 anos

representam o maior percentual (82%) de integrantes de redes sociais, seguidos imediatamente pelos internautas com idade entre 10 e 15 anos (74%).”

Além disso, Tapscott (2010, p. 115) destaca que

Por terem crescido em um ambiente digital, eles contam com a velocidade [...]. Estão acostumados a respostas instantâneas, 24 horas por dia, sete dias por semana. Os videogames lhes dão *feedback* instantâneo; o Google responde suas perguntas em nanossegundos. Então, eles pressupõem que todas as outras pessoas do mundo também reagirão rapidamente. Cada mensagem instantânea deve gerar uma resposta instantânea.

Um paradoxo criado pelo amplo acesso à tecnologia foi que, “ao privilegiar a ação individual e não a coletiva, os jovens Y desenvolveram uma necessidade de compartilhar parte de sua rotina devida por meio das redes sociais.” (OLIVEIRA, S., 2010, p. 67).

Dessa forma, outros canais de comunicação, tais como as ferramentas de redes sociais, precisam ser testadas nas bibliotecas. Da mesma maneira, o atendimento e a comunicação entre a biblioteca e os usuários e vice-versa precisam ser repensados diante de um ambiente digital de respostas instantâneas. Quando a informação flui livremente e as pessoas têm as ferramentas para comunicá-la, organizá-la e compartilhá-la de maneira eficaz, os processos se alteram e a vida se torna diferente. “Escolas, universidades, lojas, empresas e até a política terão de se adaptar ao modo de agir dessa geração.” (TAPSCOTT, 2010, p. 17).

Para Tapscott (2010, p. 108), não adianta as empresas, instituições etc. proibirem as ferramentas de comunicação em nome da segurança de seus sistemas e processos de trabalho, ao contrário, as gerações anteriores precisam agir de outra forma, com novos referenciais e incentivar o uso de ferramentas que permitam à informação fluir com facilidade. “[...] cortar o acesso não impedirá os jovens de buscar outro caminho para determinado fim.” (TAPSCOTT, 2010, p. 86).

Pode-se dizer que a Geração Y está remodelando todas as instituições da vida moderna, do local de trabalho ao mercado, da política à educação (TAPSCOTT, 2010, p. 20), e a atitude e o posicionamento da BU podem ser determinantes para o desfecho, positivo ou negativo, dessa nova realidade.

Segundo Jones (2008, p. 37), faz sentido as bibliotecas utilizarem, para se comunicar e divulgar informações, o meio no qual a Geração Y já passa grande quantidade de horas. E acrescenta que as redes sociais são ferramentas poderosas

para qualquer biblioteca que esteja adaptando seus serviços às necessidades de uma nova geração.

Apesar de uma parcela de pessoas ser resistente às mudanças que vêm ocorrendo, é importante que as BUs estejam dispostas a experimentar as novas tecnologias em seus serviços e produtos – algumas coisas vão dar certo, outras não, é parte do processo, o que não é aceitável é resistir por medo, desconhecimento ou mesmo preconceito em relação aos novos paradigmas que estão surgindo com a Geração Y.

As BUs precisam identificar nas características dos jovens da Geração Y as oportunidades para se conectarem e estabelecerem relacionamentos mais positivos com os usuários. Talvez seja preciso flexibilizar o atendimento e buscar uma adaptação ao novo cenário tecnológico e comportamental.

Assim, no próximo tópico, apresenta-se o conceito de *Web 2.0* e suas novas possibilidades para as BUs e seu público, entre as quais destacam-se as redes sociais.

2.3 Web 2.0

O termo “*Web 2.0*” surgiu em 2004. Ele foi utilizado pela primeira vez, por O’Reilly e Dougherty, para designar uma nova geração de recursos *Web*. (O’REILLY, 2005).

A *World Wide Web* (ou *Web*, como é mais conhecida) foi implantada em 1989, por Tim Berners-Lee, e representa

um conjunto de documentos, disperso em milhões de computadores ao redor do mundo, que pode conter textos, imagens, sons e outros tipos de dados. Tão importante quanto o conteúdo desses documentos são os *links* (vínculos para outros documentos), que eles contêm e que caracterizam a *Web* como um sistema de hipertexto ou hipermídia. (CENDÓN, 2000, p. 288).

Assim, a *Web* é um sistema de documentos que são interligados e executados na internet.

O surgimento da primeira geração *Web*, no fim da década de 1980, trouxe grandes avanços no acesso à informação e para a comunicação. No entanto, o usuário era um mero espectador, já que muitos dos conteúdos disponibilizados na rede eram oferecidos somente por empresas ou por pessoas que tivessem conhecimentos técnicos avançados. Com a evolução da *Web* para a *Web 2.0*, cada vez mais o usuário comum (sem conhecimentos de linguagem de programação) passa a produzir conteúdos.

Segundo Kroski (2007, p. 2011), a *Web 2.0* é a evolução para uma *Web* social e interativa, que dá a todos uma chance de participar trocando informações, compartilhando conhecimentos e criando conteúdos originais por meio de plataformas e ferramentas. Ela não representa, simplesmente, uma tecnologia, mas uma nova atitude de seus utilizadores.

Para Tapscott (2010, p. 29), “a velha rede era algo em que você navegava em busca de conteúdo. A nova rede é um meio de comunicação que permite que as pessoas criem seu próprio conteúdo, colaborem entre si e construam comunidades.”

Dessa forma, a *Web 2.0* representa uma nova geração de ferramentas na internet que possibilitam a comunicação, a socialização, a interação, a colaboração, a participação, a criação e o compartilhamento de conteúdos.

Há correntes teóricas que acreditam que a denominação *Web 2.0* seja algo comercial ou uma estratégia de marketing, pois a internet já nasceu com princípios de colaboração, participação etc. Assim, o que acontece agora é resultado de uma evolução natural da *Web*. Porém, estrategicamente ou não, é fato que surgiram novos recursos tecnológicos que possibilitaram novas perspectivas comunicacionais e informacionais para as pessoas, por meio das ferramentas que estão presentes nessa nova geração de recursos *Web*. Além disso, depois do surgimento das ferramentas de redes sociais, a internet passou a estar presente, de forma mais intensa, na vida e no cotidiano das pessoas.

Com base nos princípios fundamentais listados por O'Reilly (2005) em seu artigo "What is Web 2.0", pode-se dizer que a *Web 2.0* possui, entre outras, as seguintes características principais: a combinação de diversas tecnologias associadas à facilidade de uso (menor exigência de conhecimentos técnicos), mudança de foco da publicação para a participação e nas relações de produção/geração, disseminação e acesso à informação (o usuário converte-se em criador e gerador de conteúdos e serviços).

Então, pode-se dizer que a principal diferença entre a *Web* e a *Web 2.0* é que esta última proporciona ferramentas em que é mais fácil disponibilizar informações, interagir, colaborar e se socializar na rede.

Maness (2007) sugere que a mudança de *Web* para "*Web 2.0*" terá implicações substanciais para as bibliotecas. Os aplicativos da *Web 2.0* tornam-se aliados no processo de geração de serviços e produtos para atender os usuários. (JESUS; CUNHA, 2012, p. 114-5).

Para Blattmann e Silva (2007, p. 195), um dos principais motivos para se utilizar as ferramentas da *Web 2.0* nas bibliotecas é o envolvimento do usuário com as mesmas.

Segundo Marcos (2009, p. 16, tradução nossa), "A filosofia 2.0 é a oportunidade de ouro para a biblioteca aproximar-se de seus usuários, conhecer o que lhes interessa e do que precisam, e oferecer serviços na forma que melhor convêm a eles."²⁰

²⁰"La filosofía 2.0 es la oportunidad de oro de la biblioteca para estar más cerca de sus usuarios, conocer qué les interesa y qué necesitan, y ofrecerlo de la forma que mejor se adapte a ellos."

Entre as novas possibilidades proporcionadas pela Web 2.0, pode-se citar: folksonomia;²¹ *software* livre;²² ferramentas *wikis*;²³ Really Simple Syndication (RSS);²⁴ *social bookmarking*;²⁵ nuvem de *tags* (*tags cloud*);²⁶ QR Code;²⁷ *weblogs*²⁸ ou, simplesmente, *blogs* e as ferramentas de redes sociais.²⁹

Figura 1 – Nuvem de tags

Fonte: Próprio autor.

Nota: Lista de palavras hierarquizadas visualmente que aludem a algumas das possibilidades que surgem com a Web 2.0.

Entre as possibilidades oferecidas pela Web 2.0, e que podem ser aproveitadas pelas BUs, as ferramentas de rede social se destacam por sua popularidade entre os usuários e suas características, e são o foco desta pesquisa.

²¹ Resultado da etiquetagem dos recursos da Web num ambiente social (compartilhado e aberto a outros) pelos próprios usuários da informação visando a sua recuperação. (CATARINI; BAPTISTA, 2007). São os usuários auxiliando os próprios usuários através de *tags* ou *tagging* (marcadores/etiquetas).

²² *Software* livre se refere à liberdade de os usuários executarem, copiarem, distribuírem, estudarem, modificarem e aperfeiçoarem o software por meio de programas de códigos abertos. (SOFTWARE LIVRE BRASIL, 2009).

²³ Plataformas nas quais as pessoas podem contribuir com verbetes. Por exemplo, Wikipédia (enciclopédia *on-line*).

²⁴ Possibilita que o público receba, em forma de assinatura, os conteúdos dos sites, *blogs* etc. Por exemplo, Google Reader.

²⁵ Ferramentas que possibilitam que os favoritos (páginas preferidas), antes restritos ao computador pessoal, sejam disponibilizados e compartilhados na internet, para seu fácil acesso. Por exemplo, Delicious.

²⁶ É uma forma de apresentar, com destaque visual, os itens relevantes de um conteúdo.

²⁷ É um aplicativo gratuito para celular que permite ao usuário apontar a câmera para um código de barras 2D, e o programa remete a uma informação, imagem ou site que abrirá por meio da internet.

²⁸ O termo *weblog* é a junção de duas palavras inglesas, *web* (rede) e *log* (diário de bordo), que significa “diário da rede”.

²⁹ Também conhecidas como sites de redes sociais, plataformas de redes sociais, softwares sociais, redes sociais da Web, ou Web 2.0, redes sociais da internet ou redes sociais virtuais.

Com a enorme popularidade das ferramentas de redes sociais, bibliotecas de todos os tipos vêm abraçando-as como um método de promover a si próprias dentro de suas comunidades. Esse novo método de fornecimento de serviços de biblioteca é referido como Biblioteca 2.0. (DICKSON; HOLLEY, 2010, p. 469).

As redes sociais da *Web 2.0*, em geral, possuem ferramentas síncronas (*chat*) e assíncronas (fóruns, grupos, eventos, notas etc.); interface customizável; recursos como vídeos, fotos e imagens, e *links* para outras interfaces. Além disso, possibilitam uma comunicação mais direta e informal, com trocas de informações entre os próprios usuários; a oportunidade de criar comunidades de interesse e perfis; a divulgação e o compartilhamento de informações, produtos e serviços, a exposição das conexões sociais de um indivíduo a outros de uma determinada comunidade e a participação e colaboração do público nos processos e produtos. Alguns exemplos de ferramentas de redes sociais são: Facebook, Orkut, Twitter, YouTube, Flickr, entre outros.

É importante ressaltar que a rede social em ambiente digital é um elemento que pertence ao contexto da *Web 2.0*, normalmente, associa-se ambos os termos, porque as tecnologias *Web 2.0* são, em parte, responsáveis pelo rápido desenvolvimento das ferramentas de redes sociais.

O foco deste estudo recai sobre as ferramentas de rede social da *Web 2.0*. Este e outros conceitos são abordados no tópico a seguir.

2.3.1 Rede, rede social e ferramentas de rede social: conceituações

Nos últimos anos, as redes se tornaram objeto de estudo e de pesquisa para diversas áreas do conhecimento. Da Física à Biologia, passando pela Matemática, Ciência da Computação e Ciências Sociais, uma variedade de sistemas pode ser representada por redes.

As redes estão em toda parte, por isso Castells (2009) denomina a nova configuração da sociedade atual como “Sociedade em Rede”. Para ele,

Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. Embora a forma de organização social em redes tenha existido em outros tempos e espaços, o novo paradigma da

tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social. (CASTELLS, 2009, p. 565).

Assim, as TICs, sobretudo a partir da criação da internet, são responsáveis pela crescente difusão da lógica de rede. Elas têm levado a sociedade contemporânea a se organizar por meio de complexas redes de relacionamentos socialmente estruturadas e economicamente motivadas pela disseminação de informações e pelo compartilhamento de conhecimentos. (CASTELLS, 2009).

Diante desse cenário, em que as TICs trazem novas configurações para as redes e as redes sociais, fazem-se necessárias explicações sobre os conceitos de rede, rede social e ferramentas de rede social.

2.3.1.1 Rede

Até chegar a sua concepção moderna, o conceito de rede foi se modificando no decorrer dos séculos. Marteleto (2007) explica que o termo “rede” teve diversos significados, de acordo com sua extensão e aclimação em novas ambientações disciplinares e discursivas. Baseando-se em Barel e Cauquelin³⁰ (1993), ela define rede como “uma estrutura de interconexão instável, composta de elementos em interação, cuja variabilidade obedece a alguma regra de funcionamento.”

Para Castells (2009, p. 566) “rede é um conjunto de nós interconectados”, sendo que o “nó é o ponto no qual uma curva se entrecorta” e “redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação.”

Dessa forma, entende-se que redes são um conjunto de nós conectados por laços que representam sistemas dinâmicos e interativos, os quais possuem um código comum de comunicação.

³⁰ BAREL, Y.; CAUQUELIN, A. Concepts transversaux. In: SFEZ, Lucien. *Dictionnaire critique de la communication*. Paris: Presses Universitaires de France, 1993. p. 179-290, v. 1.

Um exemplo de rede, no qual se aplica essa definição, é a internet; inclusive, ela é muitas vezes denominada “a rede das redes”, por causa de seu alcance global que possibilita a conexão dos mais diversos dispositivos eletrônicos (computador, celular, *e-reader*³¹ etc.) por meio da tecnologia digital.³²

Porém, as redes já existiam antes da internet (linhas telefônicas e aéreas, autoestradas, telégrafo, correio postal etc.), por isso não podem ser exclusivamente associadas à tecnologia digital ou à internet.

É importante destacar que o termo “rede” não se aplica a relações sociais, ou seja, às relações entre pessoas. Ele é usado somente para representar redes de sistemas (informacionais, comunicacionais etc.), sem a interação direta entre seres humanos.

No entanto, o conceito de “redes” pode ser aplicado e contextualizado para as redes sociais como se vê a seguir.

2.3.1.2 Rede social

Ao contrário do termo “rede”, a definição de “rede social” pressupõe a participação de pessoas ou grupos de pessoas ligadas por interesses em comum.

Isso acontece quando nas redes os nós são pessoas ou grupos de pessoas que mantêm algum padrão de interação (ou nós) entre elas. Uma rede social, então, é vista por Tomaél e Marteleto (2006, p. 75) como:

um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e reconstruindo a estrutura social.

Para Zamora (2006, tradução nossa), redes sociais são

formas de interação social, definida como um intercâmbio dinâmico entre pessoas, grupos e instituições em contextos de complexidade.

³¹ Em português significa “leitor de livros digitais”. É um aparelho que tem como função principal mostrar em uma tela, para leitura, o conteúdo de livros digitais (*e-books*) e outros tipos de mídia digital. Exemplos de leitores: Kindle (Amazon), Nook (Barnes & Nobles), iPad (Apple) etc. (LEITOR..., 2011).

³² Entende-se por digital uma representação na qual todos os valores que uma informação pode assumir são identificados e associados a números (0 e 1). Desse modo, criou-se uma unidade específica, o *bit* (*binary digit*), ou dígito binário. Como a base desse tipo de representação são os dígitos, ela ficou conhecida como “digital”. (RANGEL, 1999).

Um sistema aberto e em construção permanente, que envolve um grupo que se identifica nas mesmas necessidades e problemáticas e que se organiza para potencializar seus recursos.³³

“Rede social é gente, é interação, é troca social. É um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede.” (RECUERO, 2009a, p. 25).

Apesar de muitas vezes os termos parecerem associados, as redes sociais já existiam antes da internet, elas sempre fizeram parte da realidade humana (redes de relacionamentos existentes nas tribos, igrejas, escolas etc.), onde tivesse um grupo de pessoas interligadas por alguma relação em comum, podia-se considerar que ali havia uma rede social.

Para Freire (2008, p. 585), as redes sociais são parte de nossa natureza biológica e cultural. Somos seres sociais e formamos redes desde os primórdios de nossa existência.

O que ocorre atualmente é que as redes sociais ganham maior intensidade na internet, elas ampliam as possibilidades de conexões e a capacidade de difusão de informações que os grupos tinham. (RECUERO, 2009a). O alcance dos grupos é global, sem barreiras territoriais ou de tempo.

Outra característica exclusiva das redes sociais em ambientes digitais é a visualização das ligações entre as pessoas – é possível ver os amigos dos amigos dos amigos e assim por diante. Já no mundo *off-line* a maior parte das ligações fica oculta.

Uma rede social na internet tem um potencial imenso para colaborar, para mobilizar e para transformar a sociedade. São pessoas que estão utilizando a internet para ampliar suas conexões e construir um espaço mais democrático, mais amplo, mais plural e com isso, gerando valores como reputação, suporte social, acesso às informações e etc. (RECUERO, 2009a, p. 25).

As redes sociais em ambientes digitais propiciam a criação do que Lévy (2008), em seu livro *Cibercultura*, chamou de comunidades virtuais (comunidades que se apoiam na interconexão e se alicerçam em interesses comuns, em um processo de cooperação ou de troca) e de inteligência coletiva (representa cada um

³³ “Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.”

dos seres humanos – as partes – que compõem o todo – a rede; e como ninguém sabe tudo, mas todos sabem um pouco, a inteligência coletiva objetiva o compartilhamento, o reconhecimento desse saber individual e o enriquecimento mútuo das pessoas).

As redes sociais (tanto *on-line* quanto *off-line*) são, portanto, agrupamentos de pessoas que se relacionam de forma horizontal por meio de uma estrutura em rede. No interior desses grupos se compartilha interesses mútuos, amizades ou valores em comum. Nas redes sociais *on-line* as relações se dão por meio das ferramentas de redes sociais.

2.3.1.3 Ferramentas de rede social

Entende-se por ferramentas³⁴ de rede social da *Web*,³⁵ os recursos que vêm surgindo, juntamente com a nova geração *Web*, e que apresentam as características de rede social, ou são apropriadas por seus atores para esse fim.

Assim, de acordo com o conceito de “rede social”, têm-se diversas ferramentas presentes na internet, dentre elas, podem-se citar: Facebook, Orkut, Flickr, Grouply, LibraryThing etc.³⁶

Porém, como Recuero (2009a) salienta, as ferramentas de rede social da *Web 2.0* proporcionam conexões para as pessoas, mas ainda são as pessoas que constroem as redes. Por isso, é importante esclarecer que o Facebook, o Orkut, o Flickr, o Grouply, o LibraryThing etc. são ferramentas, *sites* ou suportes para as interações que constituem as redes sociais, não a rede social em si.

Não existem redes sociais sem pessoas, a tecnologia por si só é rede, não rede social. Dessa forma, para que essas ferramentas se tornem redes sociais na prática, precisa haver uma rede de relacionamento e uma interação entre as pessoas por meio delas.

Para Freire (2008), as ferramentas de redes sociais podem ser definidas como ferramentas tecnológicas para desenvolver as redes sociais.

³⁴ Na revisão da literatura foi possível verificar outras terminologias utilizadas e que se apresentam como sinônimos de “ferramentas”, como, por exemplo, *sites* e plataformas.

³⁵ Da mesma forma, também se utilizam na literatura da área as terminologias “redes sociais da internet”, “redes sociais da *Web 2.0*” ou “redes sociais virtuais” para expressar as ferramentas existentes, com características de rede social, na internet.

³⁶ Suas características e definições são abordadas no tópico 2.4 “Bibliotecas universitárias e ferramentas de rede social da *Web*”, p. 63.

Diante disso, quais ferramentas da *Web 2.0* são consideradas redes sociais? Não há um consenso dos pesquisadores da área sobre essa questão.

Para Recuero (2009b, p. 101), a principal diferença entre ferramentas de redes sociais e outras formas de comunicação mediadas pelo computador está no “modo como permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço *off-line*.” Continuando, ela dá alguns exemplos,

Assim, nessa categoria estariam o *photoblogs* (como o Flickr, por exemplo) os *weblogs* [...]; as ferramentas de *micromessaging* atuais (como o Twitter e o Plurk), além de sistemas como o Orkut e o Facebook, mais comumente destacados na categoria. (RECUERO, 2009b, p. 101-2).

Boyd e Ellison (2007) definem as ferramentas de redes sociais como sendo serviços baseados na *Web* que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema, (2) interagir com outros usuários com quem eles compartilham uma conexão, e (3) visualizar e percorrer a rede social de cada ator.

Baseando-se em Recuero (2009b), Boyd e Ellison (2007) e na própria definição de rede social aqui exposta anteriormente,³⁷ considera-se, neste estudo, uma rede social da *Web* qualquer ferramenta que permita o diálogo entre seus participantes e a visibilidade desse diálogo a todos do sistema, seja da forma tradicional, por meio de uma mensagem em uma rede social de relacionamento, seja por meio do acréscimo de uma *tag* em um registro do Delicious.

Nesse contexto, Dickson e Holley (2010, p. 468) apresentam algumas possibilidades de ferramentas de redes sociais existentes na internet: o Facebook, o MySpace, o Twitter, o Second Life, o Delicious, os *blogs* e os Wikis.

Desse modo, essas ferramentas, e muitas outras (Orkut, Flickr, YouTube, Ning, LibraryThing etc.), são consideradas ferramentas de redes sociais, porque possuem “mecanismos de individualização (personalização, construção do eu etc.); mostram as redes sociais de cada ator de forma pública e possibilitam que os mesmos construam interações nesses sistemas.” (RECUERO, 2009b, p. 103).

Nesse sentido, as ferramentas que permitem um diálogo de via múltipla, a interação e a visualização das informações por todos da rede são abordadas como

³⁷ No tópico 2.3.1.2 “Rede social”, p. 51.

redes sociais. Porém, isso não significa que as BUs utilizam essas potencialidades quando adotam as ferramentas.

Para uma melhor compreensão das características das ferramentas de redes sociais apresenta-se, no próximo tópico, um histórico sobre redes e redes sociais.

2.3.2 Estudos e teorias sobre redes e redes sociais

A abordagem de redes não é recente, seu estudo remonta ao matemático Leonhard Euler. Em 1736, ele interessou-se pelo enigma conhecido como “Problema das Pontes de Königsberg” ou “Sete Pontes de Königsberg”.

A cidade de Königsberg foi construída ao redor do rio Pregel e era constituída por sete pontes que interligavam quatro ilhas (Figura 2). O problema consistia em atravessar todas as sete pontes que conectavam a cidade sem passar duas vezes pelo mesmo caminho.

Figura 2 – Problema das Pontes de Königsberg

Fonte: Barabási (2009, p. 10).

Nota: *Layout* da cidade de Königsberg (1736) e suas sete pontes, com a ilha de Kneiphof (A) e a faixa de terra (D) encravada entre as duas vertentes do rio Pregel.

Euler demonstrou que não era possível resolver o problema sem a construção de uma nova ponte. Para isso, ele criou um teorema em que tratava as pontes como grafos e os lugares que deveriam ser conectados como nós. (BARABÁSI, 2009, p. 9-10).

A solução proposta por Euler para esse problema é considerada o primeiro teorema de teoria dos grafos. Para tanto, baseou-se na linguagem matemática, a fim de representar a estrutura da rede.

Para Recuero (2004), um grafo é a representação de um conjunto de nós conectados por arestas que, em conjunto, formam uma rede.

O que expressam os nós (também conhecidos como pontos, vértices ou atores), em uma rede, depende do tipo de rede abordada (redes de computadores, negócios, células, biológicas, relacionamentos, neurais, elétricas, linhas telefônicas etc.).

A percepção das estruturas como redes e sua representação por meio de grafos nos ajuda a compreender as relações complexas do mundo.

Além da teoria dos grafos, alguns trabalhos foram fundamentais (Figura 3) para o desenvolvimento de estudos sobre redes e redes sociais e se faz necessária sua abordagem neste trabalho, pois nos ajuda a entender as características que surgem para as redes sociais com a *Web*.

Figura 3 – Breve histórico do estudo sobre redes e redes sociais

Fonte: Barabási (2009); Howe (2009); Ros-Martín (2009); Watts e Strogatz (1998).

Elaborado por: Giseli Adornato de Aguiar.

Pode-se começar pela rede randômica descrita, pela primeira vez, pelo matemático e biólogo russo Anatol Rapoport e por Ray Solomonoff no início de 1950, e redescoberta e analisada extensivamente por Paul Erdos e Alfréd Rényi entre o fim de 1950 e o início de 1960. (NEWMAN; BARABÁSI; WATTS, 2006, p. 9).

O objetivo de Erdos e Rényi era analisar como as redes se formam, e para isso eles desenvolveram a teoria randômica dos grafos.

As redes randômicas indicam que as conexões se formam aleatoriamente e os nós possuem uma média igual de conexões. Isso pressupõe que, por exemplo, na *Web* a maioria dos nós (*sites*) tem aproximadamente o mesmo número de relacionamentos (*links*). No entanto, estudos recentes revelam que isso não acontece; o mapeamento da *Web* mostrou que poucas páginas altamente conectadas eram o que mantinha a *Web* interligada. (BARABÁSI, 2009; NEWMAN; BARABÁSI; WATTS, 2006).

Em 1967, o psicólogo Stanley Milgram criou um dos mais importantes estudos sobre estrutura de redes sociais – o conceito de mundo pequeno (*small world*), também popularmente conhecido pela expressão seis graus de separação (*six degrees*), por causa de uma peça de teatro criada por John Guare, em 1991. Seu objetivo era descobrir a “distância” entre duas pessoas quaisquer nos Estados Unidos. Para isso, utilizou o sistema de cartas para identificar quantos conhecidos são necessários para conectar duas pessoas selecionadas ao acaso. E apesar de ele não ser o criador da expressão “seis graus de separação”, chegou à conclusão de que eram necessários apenas seis passos para conectar qualquer pessoa nos Estados Unidos. (BARABÁSI, 2009; NEWMAN; BARABÁSI; WATTS, 2006).

Em 2001, Duncan Watts, professor da Universidade de Columbia, repetiu a experiência de Milgram, mas utilizou o correio eletrônico em vez de cartas. Para comprovar quantos passos eram necessários para o *e-mail* retornar ao primeiro emissor, ele enviou uma mensagem em que pedia para os destinatários reenviarem a mesma mensagem aos seus contatos. Depois de o *e-mail* passar por 48 mil pessoas de 157 países, Watts confirmou que a média de intermediários entre duas pessoas quaisquer em escala mundial é seis, ou seja, realmente vive-se em um mundo pequeno. (ROS-MARTÍN, 2009, p. 552-3).

E a *Web*? Há quantos *links* se está de outros *links*? Ela pode ser considerada um mundo pequeno? A *Web* possui milhões de páginas (eram cerca de 800 milhões de nós no fim de 1998) e se baseia em uma tecnologia digital, por isso navega-se em seus *links* instantaneamente. Dessa forma, para medi-la, Barabási (2009) utilizou um robô e estudou fragmentos da *Web*, assim, foi possível concluir que há uma gama de variabilidade nas distâncias entre os documentos na *Web*, mas a média geral é de 19 graus de separação, ou seja, qualquer documento está em média a 19 cliques um do outro. O que nos permite afirmar que a *Web* é um mundo pequeno,

apesar de isso não significar que é fácil encontrar alguém ou uma informação nesse “mundo”.

Não é apenas a pessoa ou documento desejado que se encontra a seis/dezenove *links* de separação, e sim todas as pessoas ou documentos. [...] Como o número médio de *links* em qualquer dado documento da *Web* oscila em torno de sete, isso significa que enquanto podemos seguir apenas sete *links* a partir da primeira página, existem 49 documentos a dois cliques de distância, 343 a três cliques de distância e assim por diante. (BARABÁSI, 2009, p. 33).

A distância literalmente encurtou com a internet, pois, apesar de haver 19 graus de distância de qualquer pessoa na *Web*, quando a conexão que se pretende estabelecer é com amigos e/ou parentes essa distância cai para apenas um clique.

Em 1973, Mark Granovetter, candidato ao doutorado em Sociologia de Harvard, publicou seu trabalho sobre o conceito de força dos laços fracos (*strenght of weaks ties*); ele perguntou a cerca de 282 profissionais da área técnica e gerencial em Newton, Massachusetts, como eles haviam conseguido o atual emprego. Granovetter queria descobrir que tipo de contatos pessoais (cônjuge, irmão, amigo íntimo etc.) ajudou esses profissionais a obterem a vaga e, contrariando as expectativas, apenas 16,7% haviam conseguido emprego por intermédio de um conhecido próximo, enquanto os demais creditaram a vaga às indicações de amigos de amigos e assim por diante. Granovetter descobriu que o segredo não está em quem se conhece, mas, sim, em quem não se conhece muito bem. (HOWE, 2009, p. 135).

Para Granovetter (1973), os elos fracos de uma rede (os vínculos sociais fracos) são mais importantes que os elos fortes (sólidas amizades), quando se trata de arranjar emprego, mas o conceito se estende a outras aplicações. Essa forma de estrutura de rede desempenha papel crucial na manutenção da rede social e na comunicação e difusão de informações na sociedade.

Figura 4 – Coleção de grafos completos

Fonte: Barabási (2009, p. 39).

Nota: Minúsculas clusterizações nas quais cada nó está conectado a todos os demais dentro do *cluster*. Os grafos completos estão ligados uns aos outros por algumas fracas ligações entre conhecidos (linhas tênues entre os grupos) que pertencem a diferentes círculos de amigos sólidos (linhas em negrito).

Tanto o conceito de mundo pequeno de Milgram como a teoria dos laços fracos de Granovetter contrariam a descrição randômica de rede proposta por Erdős e Rényi. Para Milgram, a sociedade “[...] tende a ser fragmentada em classes e cliques sociais [...]” (MUCHERONI; FERREIRA, 2010). Já de acordo com Granovetter, na estrutura randômica, seria improvável que dois bons amigos conheçam os amigos de cada um deles, já que as conexões entre os nós são completamente aleatórias, mas, ele demonstra que não é assim que a sociedade funciona. Os membros de um grupo conhecem os melhores amigos de seus amigos. (BARABÁSI, 2009).

Porém, para a modelagem das redes reais se faz necessário um modelo que reproduza o efeito de mundo pequeno sem sacrificar o efeito de vizinhança.

Até Watts e Strogatz (1998, p. 440) proporem um novo modelo, chamado rede de mundo pequeno (*small world network*), as estruturas eram descritas como completamente regulares ou completamente randômicas (aleatórias). Mas muitas redes estão entre esses dois extremos e é isso que Watts e Strogatz demonstram em seu artigo.

Figura 5 – Rede de mundo pequeno

Fonte: Watts e Strogatz (1998, p. 441).

Nota: A ideia de Watts e Strogatz foi construir um modelo que interpolasse os dois casos extremos (redes regulares e aleatórias), à procura de um regime intermédio em que as características complementares dos dois tipos de grafos aparecessem combinadas.

A rede de mundo pequeno admite que haja *clusters*, mas mantém a filosofia de que os nós dos grupos se conectam entre si de maneira randômica.

Ademais, as redes de mundo pequeno possuem duas características: a primeira é que pequenos grupos devem ser muito interligados e a segunda é que os grupos grandes devem ter uma baixa densidade de ligações. (SHIRKY, 2008, p. 161). Dessa forma, as ligações “locais” são mais densas e as ligações “globais”, mais fracas.

Para aduzir evidências acerca da natureza gregária da sociedade é necessário mensurar as clusterizações. Para tanto, Watts e Strogatz introduziram, também, o coeficiente de clusterização (*clustering coefficient*). Por meio dele é possível mensurar o grau de coesão da rede. (BARABÁSI, 2009, p. 42).

Porém, para Barabási (2009), a *Web* não pode ser explicada por nenhum dos modelos abordados anteriormente, ela não é profundamente igualitária, muito menos possui *links* regulados de forma aleatória. Ao contrário, as redes possuem poucos nós que seriam altamente conectados (*hubs*) e uma grande maioria de nós, com poucas conexões. As redes com essas características foram chamadas de redes sem escala (*scale-free networks*).

A estrutura na forma de *hubs* predomina na maioria das grandes redes complexas que os cientistas vêm estudando. Nesse modelo, as redes se mantêm clusterizadas, e quanto mais conexões um nó possui, maiores as chances de ele ter novas conexões. (BARABÁSI, 2009).

A aplicação desses modelos em algumas ferramentas de redes sociais da internet (Orkut, *blogs* e *fotologs*) foi analisada por Recuero (2005) em seu artigo “Redes sociais na internet: considerações iniciais”. Ela mostrou que a maioria das pessoas leva em conta diversos fatores ao escolher conectar-se ou não a alguém (contrariando, portanto, o modelo de Erdős e Rényi e o de Watts e Strogats). Da mesma forma, ela mostra que as redes sociais na internet não podem ser enquadradas na teoria de “redes sem escalas”, pois em sua formação (ato de adicionar amigos), as pessoas estabelecem uma conexão que não necessariamente levará a uma interação social. Portanto, eles funcionam como *hubs* apenas no nível de *software*, ou seja, no sistema. Por outro lado, ela constata que a maioria das “distâncias” entre os membros do sistema é reduzida pela presença de alguns indivíduos, que são “amigos de todo mundo” (os chamados conectores ou *hubs*).

No Orkut, por exemplo, é possível conectar-se a uma pessoa e não manter um diálogo com ela, ou seja, talvez nunca haja interação, e um laço social pressupõe algum tipo de interação, seja ele fraco ou forte. Quando isso acontece, para o *software*, ou sistema, há uma ligação e, conseqüentemente, uma rede social é formada, porém, para as relações sociais isso não se caracteriza como uma rede social.

Dessa forma, segundo Recuero (2005, p. 14), as teorias e os conceitos sobre redes sociais propostos por Erdős e Rényi, Watts e Strogatz e Barabási são insuficientes e apresentam falhas na aplicação às redes sociais da internet, “em grande parte, devido à sua natureza matemática e pouco investigativa do teor das conexões e da não presunção de interação para a constituição do laço social.”

Assim, as teorias de redes sociais não podem ser aplicadas no contexto da internet, pois falham quando abordam, de maneira reducionista, as relações de troca de capital social.³⁸ Para Recuero (2005), uma ferramenta só se caracteriza como uma rede social na *Web* quando há interação entre indivíduos ou grupos de indivíduos (troca de informações, diálogos etc.), e não somente a ligação via *software*.

³⁸ É o conjunto de recursos que uma pessoa possui graças as suas relações com outras. O capital social pode ser real ou virtual (*on-line*) dependendo do “ambiente” em que a pessoa se encontra. Existem dois tipos de capital social: o constituído por vínculos fracos, pelo qual os indivíduos trocam informações sem o componente emocional, e o capital social, em que, além de informações, são trocados laços afetivos. (ROS-MARTÍN, 2009, p. 553).

A partir dessas explicações é possível dizer que nem todas as ferramentas de redes sociais da internet são apropriadas para esse fim por seus participantes. Da mesma forma, o inverso também acontece, algumas mídias não são criadas para serem redes sociais, mas acabam se tornando pela apropriação de seus atores. Alguns exemplos desse tipo de apropriação são os *blogs* e o Twitter, nos quais não há espaços específicos para perfil e para a divulgação das conexões, porém esses perfis são construídos nos espaços pessoais por seus participantes. (RECUERO, 2009b).

Por esse motivo, neste trabalho, tanto o *blog* como o Twitter são considerados redes sociais, bem como outras ferramentas da *Web*, que serão apresentadas no tópico a seguir, juntamente com suas possíveis aplicações nas BUs.

2.4 Bibliotecas universitárias e as ferramentas de rede social da Web

As ferramentas de rede social proporcionam diversas possibilidades em serviços e produtos para as BUs. Segundo Click e Petit (2010, p. 137), elas são um dos canais de comunicação preferidos pela Geração Y, por isso, fornecem meios eficazes para as bibliotecas e os bibliotecários atraírem, envolverem e se comunicarem, eficientemente, com os estudantes.

Porém, a utilização das redes sociais em BUs não é uma unanimidade no meio acadêmico. Enquanto alguns pesquisadores afirmam que seu uso possibilita métodos inovadores para alcançar e atender os usuários, além de divulgar e compartilhar informações, outros argumentam que é uma perda de tempo e de esforço de mão de obra bibliotecária.

Segundo a revisão de literatura realizada por Dickson e Holley (2010, p. 469), o uso de redes sociais por BUs fornece um método potencialmente eficaz e atraente de envolvimento e manutenção das relações com os estudantes, desde que os bibliotecários fiquem atentos aos possíveis problemas que possam surgir.

Esses problemas estão relacionados, primeiramente, à questão da privacidade. De acordo com Secker³⁹ (2008, apud JESUS; CUNHA, 2012), bibliotecários norte-americanos se mostram contrários às redes sociais de relacionamentos, especialmente por motivos de segurança da informação que, segundo eles, é indiscriminada, o que possibilita a qualquer pessoa, mesmo que fora dos interesses da biblioteca, acessar as informações.

Outro ponto preocupante é o medo que os bibliotecários têm de perder o controle sobre os conteúdos postados e os recursos utilizados. (DICKSON; HOLLEY, 2010, p. 476). Pois a exposição é maior e o controle, menor.

A falta de tempo e de uma equipe especializada responsável pelas ferramentas, que atenda e responda rapidamente os usuários, também é preocupante quando se utiliza redes sociais como canal de comunicação. (DICKSON; HOLLEY, 2010, p. 475-6).

Questões de direitos autorais e apropriação e uso indevido de informações não podem ser esquecidas.

³⁹ SECKER, J. L. *Libraries e social software in education: case study 5: libraries and Facebook*. London: University of London; Center for Distance Education, 2008.

Os resultados da pesquisa realizada pelo Online Computer Library Center (2007, p. 8-6) sugerem que, para atrair os usuários por meio das redes sociais, os bibliotecários não somente têm que participar mais das redes, como também devem inovar com relação às tradicionais abordagens de proteção à privacidade do seu público, adaptando os princípios de privacidade tradicional para um mundo aberto e em rede.

Os exemplos encontrados na literatura indicam, ainda, que o conteúdo disponibilizado nas redes sociais das bibliotecas ainda não é o ideal. De acordo com Dickson e Holley (2010, p. 475), os estudantes não querem perder tempo com informações irrelevantes. Além disso, as possibilidades comunicativas não são exploradas e não há estímulo à participação dos usuários. Não adianta ter uma rede social somente para disponibilizar o endereço, o horário de funcionamento da biblioteca e um *link* para acessar o catálogo bibliográfico.

Para Dickson e Holley (2010, p. 474-5), os estudos sobre o tema são escassos e não trazem dados relevantes, principalmente quando se tenta detectar os anseios dos estudantes com relação às redes sociais das bibliotecas. Por isso é importante que haja, cada vez mais, pesquisas nessa área.

Quando se fala de BUs e de redes sociais, para Maness (2007, p. 48),

Não requer muita imaginação começar a ver uma biblioteca como uma rede social em si. De fato, muitas das funções das bibliotecas ao longo da história têm sido proporcionar um lugar de reunião comum, um lugar de compartilhar identidade, comunicação, e ação. Redes sociais permitiriam que bibliotecários e usuários não somente interagissem, mas compartilhassem e transformassem recursos dinamicamente em um meio eletrônico. Usuários podem criar vínculos com a rede da biblioteca, ver o que outros usuários têm em comum com suas necessidades de informação, com base em perfis similares, demografias, fontes previamente acessadas, e um grande número de dados que os usuários fornecem.

As interações sociais propiciam a formação de redes com pontos de convergência para a troca de informações. Dessa forma, acredita-se que as redes sociais poderiam atuar, principalmente, como um canal de comunicação entre a biblioteca e seus usuários e vice-versa, bibliotecas e outras bibliotecas, e até mesmo entre os próprios usuários entre si.

O uso que a biblioteca pode fazer das aplicações 2.0 incidem em dois aspectos: “A) A biblioteca como usuário que utiliza as aplicações 2.0, e B) A

biblioteca 2.0 como um lugar onde os usuários participam e geram conteúdos.”⁴⁰ (MARCOS, 2009, p. 16, tradução nossa).

Por meio das redes sociais, ao invés de somente visualizar as informações, os estudantes, pesquisadores e docentes podem publicar conteúdos, compartilhar informações, interagir com seus pares e assim participar mais ativamente da construção de seu próprio conhecimento e da de seus colegas.

Além disso, sendo as redes sociais da *Web 2.0* os espaços onde os estudantes estão presentes, as BUs podem utilizá-las como uma forma de se aproximar mais dos mesmos, melhorando a interação e a comunicação entre ambos.

Sobre isso, Dickson e Holley (2010, p. 470) alertam para o fato de que os estudantes de hoje são menos dependentes das bibliotecas tradicionais. Com o crescimento da internet, eles não têm a necessidade de pisar numa biblioteca física ou consultar um bibliotecário para auxiliá-los. Assim, muitos bibliotecários defendem que as bibliotecas devem estender seus serviços para além das tradicionais paredes físicas e alcançar os ambientes preferenciais dos alunos.

Em geral, os textos afirmam que as redes sociais podem ser um ótimo meio para ensinar, treinar ou aperfeiçoar os usuários em habilidades de literacia informacional e digital. (CLICK; PETIT, 2010; DICKSON; HOLLEY, 2010; SANTOS; ANDRADE, 2010).

Embora o uso das ferramentas de rede social tenha se popularizado recentemente, a primeira rede social surgiu antes da *Web 2.0* (Figura 6). Segundo Boyd e Ellison (2007), em 1997, foi lançado o Sixdegrees.com, uma rede que permitia a seus usuários criar perfis, listas de amigos e, a partir de 1998, a navegação nas listas de amigos por terceiros.

⁴⁰ “A) La biblioteca como usuario que hace uso de aplicaciones 2.0 e B) La biblioteca 2.0 como un sitio en el que los usuarios participan y generan contenidos.”

Figura 6 – Histórico das ferramentas de rede social

Fonte: Boyd e Ellison (2007); Lista... (2012); Ros-Martín (2009, p. 553).

Elaborado por: Giseli Adornato de Aguiar.

Nota: Serviços mais populares de redes sociais da Web (período de 1995-2012).

Entre 1997 e 2001 começaram a surgir algumas ferramentas com aplicações que permitiam articular a possibilidade de criar perfis e listar os amigos agregados (AsianAvenue, BlackPlanet e MiGente). Por outro lado, alguns serviços que já existiam foram se adaptando a esse novo perfil, agregando funções próprias de redes sociais (por exemplo, CyWorld). (ROS-MARTÍN, 2009, p. 554).

Posteriormente, como se pode observar na Figura 6, apareceram, em número cada vez maior, diversas outras redes sociais (Ryze.com, Tribe.net, Fotolog, Friendster, LinkedIn etc.).

Dentre elas, pode-se citar como as ferramentas mais populares no Brasil: Facebook (36,1 milhões de usuários), Orkut (34,4 milhões) e Twitter (12,5 milhões). (COMSCORE, 2012b).

Há redes sociais para todos os gostos. Porém, nem todas as ferramentas são apropriadas para as BUs, a utilização de uma determinada rede social em detrimento de outra depende de alguns fatores, tais como: objetivos da biblioteca; conhecimento técnico da equipe; tempo de dedicação; perfil e expectativas dos usuários; aceitação do público e popularidade da ferramenta aliada às suas possibilidades.

Apresenta-se, a seguir, alguns exemplos práticos e sugestões de uso de algumas ferramentas de rede social por bibliotecas em geral, mas que podem ser aplicadas no contexto das BUs.

2.4.1 Redes sociais de compartilhamento de documentos

Uma das ferramentas mais conhecidas nessa categoria é o SlideShare,⁴¹ que permite o compartilhamento de textos em diversos formatos e *slides* de apresentações. O SlideShare utiliza a licença Creative Commons⁴² para o utilizador ter a liberdade de escolher a forma em que deseja divulgar seu conteúdo, contém um espaço para comentários, página personalizada e é possível seguir outros perfis da rede e visualizar suas atualizações.

Segundo Torres-Salinas e Delgado-López-Cózar (2009, p. 536), o SlideShare pode ser usado para o armazenamento e a divulgação das apresentações acadêmicas realizadas em congressos e cursos, seria como um repositório aberto de apresentações. À biblioteca caberia o papel de gerenciar esse conteúdo disponibilizado pelos próprios alunos e professores.

Se a biblioteca possui um *blog* como canal central de divulgação, é possível disponibilizar textos mais longos no SlideShare e divulgá-los por meio do *blog*, graças ao código fonte que o aplicativo oferece.

O SlideShare também pode ser usado para divulgar os conteúdos da própria biblioteca, tais como o regulamento, os trabalhos que os bibliotecários vêm apresentando em eventos da área (para conhecimento dos usuários) etc.

2.4.2 Redes sociais de compartilhamento de fotos

O Flickr⁴³ introduziu o conceito de gerenciamento, de compartilhamento e de álbum colaborativo. Através dele e de outras ferramentas com as mesmas características, o usuário pode descarregar fotos, criar álbuns temáticos e campos descritivos para posterior recuperação, postar comentários e *tags*, convidar pessoas para participar da rede e visualizar as imagens ou, até mesmo, deixá-las disponíveis em um grande banco de imagens para acesso coletivo. (CURTY, 2008, p. 59).

⁴¹ Endereço eletrônico: <<http://www.slideshare.net/>>.

⁴² É um projeto global, presente em mais de 40 países, que cria um novo modelo de gestão dos direitos autorais. Ele permite que autores e criadores de conteúdo, como músicos, cineastas, escritores, fotógrafos, blogueiros, jornalistas e outros, possam permitir alguns usos dos seus trabalhos por parte da sociedade. Com isso, qualquer pessoa, em qualquer país, vai saber claramente que possui o direito de utilizar a obra, de acordo com a licença escolhida. (CREATIVE..., 2012).

⁴³ Endereço eletrônico: <<http://www.flickr.com/>>.

A maioria das BUs utiliza o Flickr para postar fotos do prédio da biblioteca e da equipe de trabalho, mas ele pode ser aproveitado para publicar o material de coleções especiais e para a criação de um *tour* virtual da biblioteca. (FARKAS⁴⁴, 2007 apud DICKSON; HOLLEY, 2010, p. 473).

Gordon e Stephens (2006, p. 28) listaram algumas práticas de uso do Flickr em bibliotecas:

- colocar *tags* nas imagens do perfil da biblioteca com a sua localização geográfica, bem como nome, universidade, instituição etc. à qual pertença. Dessa maneira, usuários que buscarem *tags* sobre a cidade, ou a região, podem encontrar o endereço e as informações sobre a biblioteca;
- divulgar imagens via RSS. Cada conta, *tag* ou grupo no Flickr possui um RSS, que pode ser utilizado para divulgar aos usuários as últimas atualizações do perfil. O Flickr permite, também, que as atualizações sejam divulgadas em *blogs*, ou *websites*, por meio de um código HyperText Markup Language (HTML);⁴⁵
- divulgar fotos de treinamentos, palestras, lançamentos de livros etc. realizados na biblioteca;
- incentivar os usuários a comentar e complementar o conteúdo postado pela biblioteca;
- compartilhar a história da biblioteca, postando fotos do lugar ao longo dos anos e, ainda, permitir aos usuários que compartilhem suas próprias memórias relacionadas à instituição;
- permitir acesso ao Flickr nos computadores das bibliotecas. Por motivos de segurança, muitas bibliotecas o bloqueiam nos terminais internos e isso desestimula seu uso;
- postar fotos da equipe da biblioteca.

⁴⁴ Farkas, M. Your stuff, their space. *American Libraries*, v. 38, n. 11, p. 36. 2007.

⁴⁵ Significa Linguagem de Marcação de Hipertexto e é uma linguagem utilizada para produzir páginas na *Web*. (HTML, 2012).

A Library of Congress⁴⁶ digitalizou e disponibilizou, em seu perfil do Flickr, centenas de imagens históricas do seu acervo e as organizou por álbuns, para facilitar a busca. (JESUS; CUNHA, 2012, p. 118).

Semelhante ao Flickr, atualmente, têm-se o Picasa⁴⁷ e o Pinterest;⁴⁸ esse último apresenta uma interface gráfica mais atraente, como um painel virtual; além de imagens, ele permite organizar e compartilhar conteúdos da *Web*.

Pinterest oferece um novo local na internet para o marketing de uma biblioteca. A biblioteca também pode atrair usuários fixando imagens de eventos da biblioteca, guias de utilização, os livros mais consultados e outros serviços. A Biblioteca de Westerville⁴⁹ apresenta uma extensa coleção de murais e pins⁵⁰, com sugestões de livros dadas por funcionários, citações de leitura etc. e, dessa forma, fornece diversão visual para o mundo das bibliotecas. (SZKOLAR, 2012).

2.4.3 Redes sociais de compartilhamento de vídeos

O YouTube⁵¹ e o Vimeo⁵² permitem que qualquer pessoa disponibilize e compartilhe vídeos em formato digital. É possível criar uma página, privada ou pública, com os vídeos preferidos ou criados, originalmente, pelo usuário. É possível criar canais com temáticas específicas e os usuários podem postar comentários, críticas, sugestões, opiniões etc.

O YouTube é considerado a ferramenta líder no segmento de vídeos *on-line*. Seu conteúdo pode ser disponibilizado em *blogs* e em redes sociais de relacionamento. (NIELSEN, 2011).

Jesus e Cunha (2012, p. 119) sugerem sua utilização como uma maneira de complementar o conteúdo do acervo, assim, se disponibilizaria vídeos que não são de autoria da biblioteca, mas que acrescentam informações a tópicos ou temas de relevância acadêmica.

⁴⁶ LIBRARY OF CONGRESS. *Historic photos*. Disponível em: <http://www.flickr.com/photos/library_of_congress/collections/72157601355524315>. Acesso em: 16 jul.2012.

⁴⁷ Endereço eletrônico: <<http://picasa.google.com/>>.

⁴⁸ Endereço eletrônico: <<http://pinterest.com/>>.

⁴⁹ WESTERVILLE LIBRARY. Disponível em: <<http://pinterest.com/westervlibrary/>>. Acesso em: 13 jun. 2012.

⁵⁰ “Pin” significa uma imagem adicionada ao Pinterest. Ela pode ser de um *website* (acompanhada da indicação da referência) ou de imagens de arquivos pessoais.

⁵¹ Endereço eletrônico: <<http://www.youtube.com/>>.

⁵² Endereço eletrônico: <<http://vimeo.com/>>.

Bibliotecas estão usando o YouTube para promover seus serviços. (CLICK; PETIT, 2010, p. 140). Para Santos e Andrade (2010, p. 122), pelo YouTube, e por outras ferramentas semelhantes, é possível compartilhar vídeos sobre a biblioteca ou promocionais das atividades da biblioteca, além de tutoriais para auxiliar os usuários a manejar as ferramentas de informação.

Por exemplo, a David Wilson Library⁵³ da University of Leicester disponibiliza vídeos que explicam os procedimentos de auto-empréstimo e devolução de livros. A Mount Allison University's Library⁵⁴ traz tutoriais com estratégias de pesquisa, conscientização contra plágios, e assim por diante. (TRIPATHI; KUMAR, 2010, p. 197). A New York Public Library⁵⁵ apresenta campanhas de marketing para atrair o público para eventos na biblioteca.

Outra aplicação interessante seria permitir a publicação de vídeos dos próprios utilizadores que, de certa forma, tivessem a ver com algo sobre a biblioteca ou com a própria documentação, fossem eles para ilustrar uma notícia ou enriquecer um registro bibliográfico. (MARGAIX-ARNAL, 2008⁵⁶ apud SANTOS; ANDRADE, 2010, p. 122).

A HarperLibrary⁵⁷ dos Estados Unidos usa o humor para atrair e manter a atenção dos estudantes, bem como para ensinar sobre os serviços e recursos da biblioteca. Um de seus vídeos já foi visto mais de 40 mil vezes. Por fim, o YouTube também pode auxiliar na literacia informacional; a American University in Cairo utiliza vídeos para ensinar conceitos difíceis a seus usuários, por exemplo, o vídeo "Web Search Strategies in Plain English" explica estratégias básicas de pesquisa na internet. (CLICK; PETIT, 2010, p. 140).

A Library of Congress mantém uma conta no YouTube, intitulada Library of Congress Channel,⁵⁸ com dezenas de vídeos antigos restaurados pela biblioteca, como os filmados por Thomas Edison, datados de 1897. Todos os vídeos

⁵³ DAVID WILSON LIBRARY. *David Wilson Library: self-service*. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=qCUYgvxL54c>>. Acesso em: 16 jun. 2012.

⁵⁴ MOUNT ALLISON LIBRARY. *A brief Introduction to using the Library Catalogue (Mount Allison)*. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=ZEZqvU9Ja7g>>. Acesso em: 16 jun. 2012.

⁵⁵ THE NEW YORK PUBLIC LIBRARY. *Find the Future at the New York Public Library game trailer*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8HijMv4LvbM&feature=player_embedded#!>. Acesso em: 11 jun. 2012. e THE NEW YORK PUBLIC LIBRARY. *NYPL milstein suspense trailer*. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=xEIO4mWgS2E>>. Acesso em: 11 jun. 2012.

⁵⁶ MARGAIX-ARNAL, D. *Informe APEI sobre web social*. Gijón: APEI, 2008.

⁵⁷ HARPER LIBRARY. *Tour the library*. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch%3Fv%3DJHljR4LYmOA>>. Acesso em: 16 jun. 2011.

⁵⁸ LIBRARY OF CONGRESS. *Library of Congress Channel*. Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/LibraryOfCongress>>. Acesso em: 14 jul. 2012.

apresentam descrições completas, fontes e *copyrights*, para não infringir os direitos dos autores. (JESUS; CUNHA, 2012, p. 119).

2.4.4 Redes sociais de relacionamento

As redes sociais de relacionamento são as mais populares e com mais espectadores entre as ferramentas da *Web 2.0*. (COMSCORE, 2012b).

O Orkut,⁵⁹ o Facebook,⁶⁰ o Google+⁶¹ e o MySpace⁶² são redes sociais que conectam pessoas, proporcionando interação e o mútuo compartilhamento de informações e das pessoas entre si. Nelas, é possível criar um perfil personalizado e customizar a tela (inserir fotografia, alterar imagem, *layout* etc.). Pode-se visualizar o perfil e o conteúdo de quem está conectado à mesma rede e também à rede dos amigos, dos amigos etc., desde que o perfil esteja aberto e visível para todos.

As sugestões de uso e os exemplos encontrados na literatura sobre o tema se concentram no Facebook, supõe-se que isso seja resultado de sua popularidade e, também, de sua origem na universidade de Harvard, o que justificaria a significativa presença de usuários que são estudantes universitários. Pode-se dizer que o Facebook é uma ferramenta que tem como característica a cultura universitária. (MARGAIX-ARNAL, 2008, p. 592).

As redes sociais de relacionamento “permitem a criação de grupos, ou seja, facilitam a criação de redes onde aqueles que nelas participam podem contribuir com diversos conteúdos.” (SANTOS; ANDRADE, 2010, p. 122).

Essencialmente, o Facebook serve como uma ferramenta de marketing para a divulgação dos serviços e produtos disponíveis na BU. Dessa forma, através dele é possível promover eventos, treinamentos e programas da biblioteca. (DICKSON; HOLLEY, 2010, p. 470). Para tanto, Dickson e Holley (2010, p. 471) sugerem que seja implantado o serviço “pergunte ao bibliotecário” e o atendimento ao usuário pelo *chat* do Facebook.

⁵⁹ Endereço eletrônico: <<http://www.orkut.com.br>>.

⁶⁰ Endereço eletrônico: <<http://www.facebook.com/>>.

⁶¹ Endereço eletrônico: <<http://plus.google.com>>.

⁶² Endereço eletrônico: <<http://www.myspace.com>>.

Segundo Margaix-Arnal (2008, p. 593, tradução nossa), o “Facebook pode ser uma boa ferramenta para que a biblioteca da universidade passe a ser conhecida entre os novos estudantes estrangeiros.”⁶³

O Facebook poderia ser utilizado como um “espaço” de divulgação e troca de informações, sugestões, críticas e comentários relacionados a produções científicas acadêmicas, um canal que possibilitasse não somente a comunicação entre os usuários e as bibliotecas, mas entre os próprios usuários (pesquisadores, docentes e discentes). A biblioteca, nesse contexto, teria um papel de gestora do conteúdo postado.

É importante que a biblioteca estimule os usuários a participarem ativamente da rede. Para Click e Petit (2010, p. 139), a página da AUC Library⁶⁴ da American University in Cairo, no Egito, é um bom exemplo de como a redução das restrições sobre os conteúdos postados pelos usuários, na página da biblioteca, estimulou a troca de mensagens e o debate de questões entre os próprios estudantes. Por esse motivo, os autores acreditam que os usuários passaram a estar muito mais engajados com a biblioteca. Atitudes simples, como liberar a publicação de fotos já apresenta grandes resultados.

O Facebook oferece, também, a possibilidade de instalação de aplicativos relacionados a livros, como o “Books iRead”⁶⁵ e o “Veja meus livros”⁶⁶ e, assim, ele se transforma também em uma rede social literária em que é permitido, ao usuário, compartilhar suas preferências de leitura, entre outras possibilidades.

Mais do que qualquer função técnica, as redes sociais de relacionamento servem para criar uma relação mais próxima e afetiva entre a biblioteca e seu público. Elas permitem estreitar os laços e diminuir o abismo existente entre uma instituição secular e formal, como a biblioteca, e seus usuários, com características informais e flexíveis.

⁶³ “Facebook puede ser una buena plataforma para que la biblioteca de la universidad se dé a conocer entre los nuevos estudiantes extranjeros.”

⁶⁴ AUC MAIN LIBRARY. Cairo: American University in Cairo, 2007. Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/Cairo-Egypt/AUC-Main-Library/23630215857>>. Acesso em: 16 jun. 2011.

⁶⁵ BOOKS iREAD. Disponível em: <<http://www.facebook.com/s.php?q=Books+iRead&init=quick#/apps/application.php?id=2406120893&ref=s>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

⁶⁶ VEJA. *Veja meus livros*. Disponível em: <http://apps.facebook.com/vejameuslivros/?auth_token=d932418e97c3608888172b5cb3de1d3e>. Acesso em: 23 jul. 2012.

Figura 7 – Aplicações do Facebook para bibliotecas

e bibliotecas: recursos e aplicativos

Conceito: Rede de relacionamento que conecta as pessoas entre si e possibilita a interação e a divulgação de informações (textuais, visuais e sonoras). Permite criar páginas contendo perfis de interesse, nos quais os usuários podem manifestar adesão ao “curtir” e acompanhar a inclusão de novos dados pela biblioteca.

Vantagens	Dificuldades
<ul style="list-style-type: none"> - Acessível a todos 24/7 na rede - Chat para atendimento on-line - Comunicação não invasiva - Divulgação dos produtos e serviços da biblioteca - Maior interação entre a biblioteca e o seu público 	<ul style="list-style-type: none"> - Atualização contínua do conteúdo - Gerenciamento do perfil e manifestação do público - Pouca flexibilidade - Poucos aplicativos disponíveis para bibliotecas

Aplicativos

A estrutura de páginas do Facebook pode ser customizada com a instalação de aplicativos para finalidades específicas, como:

FBML Estático

- O Facebook Markup Language (FBML) é uma linguagem similar ao HTML. Permite adicionar recursos avançados, incluir conteúdo Web e personalizar/customizar a página.

RSS

- Permite integrar canais RSS na página, possibilitando a publicação de notícias automaticamente. Ex.: Quando um post é publicado no blog da biblioteca, ele é publicado, automaticamente, na página do Facebook.

WorldCat

- É uma aplicação para busca bibliográfica. É possível adicionar o catálogo da biblioteca no Facebook, permitindo mais visibilidade ao conteúdo bibliográfico.

Goodreads, Books iRead, weRead, Veja meus livros etc.

- Permitem recomendar, destacar, compartilhar resenhas e trocar opiniões e informações sobre livros.

Contact Form

- Permite a inserção de um formulário de contato na aba do Facebook. Possibilita que a biblioteca disponibilize formulários de seus serviços.

Estrutura básica

Ex.: The Library of Congress

Fonte: Margaix-Arnal (2008, p. 595).
Adaptado por: Giseli Adornato de Aguiar.

2.4.5 Redes sociais individualizadas

O Ning⁶⁷ e o Grouply⁶⁸ são ferramentas que permitem a criação de redes sociais individualizadas, ou seja, cada usuário pode criar sua própria rede social ou se vincular a qualquer outra de seu interesse.

Ambas possuem ferramentas síncronas (*chat*) e assíncronas (fóruns, grupos, *blogs*, eventos, notas); interface customizável (minha página); outros recursos, como vídeos, fotos; e *links* para outras interfaces, como Facebook, Flickr e Twitter.

As ferramentas com essas características possibilitam que as BUs criem redes sociais com temáticas específicas. Como, por exemplo, para a divulgação de trabalhos de conclusão de curso (TCC) ou teses e dissertações defendidas na faculdade. Dessa forma, os estudantes poderiam noticiar seus trabalhos e trocar informações sobre os mesmos, além de proporcionar mais visibilidade às pesquisas realizadas.

Outra forma interessante de uso é criar um grupo específico para dúvidas de metodologia da pesquisa. Assim, os bibliotecários responderiam as indagações dos usuários e, ainda, permitiriam que pessoas com dúvidas semelhantes fossem atendidas ou participassem do diálogo.

2.4.6 Redes sociais literárias

São redes sociais para quem gosta de ler, compartilhar informações, opiniões e críticas sobre livros, recomendar e sugerir autores e textos etc. É como um clube do livro em escala global. Alguns exemplos de redes que servem a esses objetivos são: O Livreiro,⁶⁹ LibraryThing⁷⁰ e Skoob.⁷¹

Entre esses, se destaca o LibraryThing; ele é um aplicativo *Web* para catalogação compartilhada, que permite a importação de registros *on-line* (da Amazon, da Library of Congress, da British Library, e outras fontes do mundo todo), através do protocolo Z39.50 e do formato MARC; além de também atuar como rede social, permitindo a interatividade em discussões sobre livros e outros tópicos.

⁶⁷ Endereço eletrônico: <<http://www.ning.com>>.

⁶⁸ Endereço eletrônico: <<http://www.grouply.com/>>.

⁶⁹ Endereço eletrônico: <<http://www.olivreiro.com.br/>>.

⁷⁰ Endereço eletrônico: <<http://br.librarything.com/>>.

⁷¹ Endereço eletrônico: <<http://www.skoob.com.br/>>.

A biblioteca pode utilizar as redes sociais literárias para divulgar suas novas aquisições, mas de forma mais dinâmica, acrescentando resenhas e outras informações sobre o livro, permitindo ao usuário postar opiniões, críticas, *tags* e até mesmo sugestões de outros livros.

Além disso, é um ótimo meio para a biblioteca divulgar os livros descartados de seu acervo, para possíveis interessados, e, da mesma forma, o público acadêmico pode indagar a biblioteca sobre seu interesse nas obras que pretende doar.

2.4.7 Blogs

Os *blogs* (plataformas WordPress,⁷² Blogger⁷³ etc.) são resultantes da evolução dos diários publicados na *Web* e se apresentam como ferramentas de fácil operação, tanto para os seus mantenedores quanto para os que acessam seus conteúdos. (CURTY, 2008, p. 61).

Atualmente, os *blogs* não se restringem a registros de informações pessoais. Ao contrário, para Curty (2008, p. 62), existem diversos *blogs* institucionais que buscam discutir assuntos de interesse de determinada comunidade e se articulam de forma semelhante às listas de discussão ou fóruns *on-line*.

King e Porter (2007⁷⁴ apud TRIPATHI; KUMAR, 2010, p. 196) sugerem que os *blogs* poderiam ser utilizados, nas BUs, para facilitar o debate acadêmico e a comunicação com os usuários, promover novos livros e fornecer guias de assuntos.

O YouTube é um recurso que pode se articular ao *blog*. Dessa forma, Santos e Andrade (2010, p. 121) aconselham as bibliotecas a “utilizar este tipo de ferramenta, por exemplo, para partilhar certos tipos de tutoriais e outros tipos de informação relacionada com eventos, autores e as suas obras.” Além de disponibilizar vídeos sobre assuntos relevantes para os usuários, como, por exemplo, uma entrevista a respeito de um tema específico, de um professor da faculdade.

⁷² Endereço eletrônico: <<http://wordpress.com/>>.

⁷³ Endereço eletrônico: <<http://www.blogger.com/>>.

⁷⁴ KING, D. L.; PORTER, M. Collaborating with wikis. *Public Libraries*, v. 46, n. 2, p. 32-5, 2007.

Blogs são implantados em conjunto com outras aplicações *Web 2.0*, como o RSS e as *tags*. E esse tipo de integração estimula o usuário a participar e interagir mais com o mesmo. (XU; OUYANG; CHU, 2009, p. 327).

Cada *blog* contém uma variedade de conteúdo, incluindo novos bancos de dados específicos sobre assuntos, relação de assuntos a respeito de notícias mundiais e estudos, resenhas de livros, anúncios de conferências, e relevantes notícias da biblioteca. (FARKAS, 2007, p. 31).

Pesquisas que apresentam a opinião dos estudantes sobre o assunto apontam a importância dos *blogs* para a comunicação entre a biblioteca e seus usuários. (CLICK; PETIT, 2009, p. 141). Dessa forma, eles já encontram uma boa aceitação por parte do público universitário bem como pelos diretores das BUs.

2.4.8 Microblogs

O Twitter⁷⁵ é a ferramenta que inaugurou a categoria de *microblogs*, por isso seu uso se destaca como um dos mais populares, juntamente com o Facebook. (COMSCORE, 2012b).

O Twitter é uma rede social que permite o envio de informações com textos de até 140 caracteres. As atualizações são exibidas no perfil do usuário, em tempo real, e também enviadas a outros usuários que o seguem. É possível reenviar uma mensagem recebida a outros usuários da rede, criar um diálogo personalizado com pessoas específicas da rede, a partir do uso do “@” juntamente com o nome da conta do usuário (ainda que todos do sistema leiam a mensagem), personalizar a página e a apresentação do conteúdo do perfil e, com a utilização do aplicativo TwitLonger,⁷⁶ é possível escrever mensagens com mais de 140 caracteres, apesar de não ser essa a característica principal da ferramenta.

Outro serviço similar ao Twitter é o Yammer,⁷⁷ mas com características que incentivam sua utilização no ambiente de trabalho, como um canal de comunicação interno e de desenvolvimento profissional. (CLICK; PETIT, 2010, p. 139).

As bibliotecas estão usando o Twitter de diversas formas, algumas como um mecanismo de difusão, para compartilhar notícias da biblioteca, outras como uma

⁷⁵ Endereço eletrônico: <<http://www.twitter.com>>.

⁷⁶ Endereço eletrônico: <<http://www.twitlonger.com/>>.

⁷⁷ Endereço eletrônico: <<http://www.yammer.com/>>.

forma de atrair os usuários, respondendo dúvidas e questões. (CLICK; PETIT, 2010, p. 139).

Dickson e Holley (2010, p. 471) apontam que as bibliotecas publicam alterações nos horários e nas datas de funcionamento, divulgam eventos, novos recursos disponíveis, *links* que remetem ao conteúdo dos *sites* e *blogs* da biblioteca, respostas aos comentários dos estudantes e notícias que podem interessar aos alunos da faculdade.

Outro uso interessante do Twitter é a divulgação de fontes de informação de conteúdos relacionados às disciplinas da faculdade onde a biblioteca se encontra.

Para Kim e Abbas (2010, p. 213), as BUs estão adotando a funcionalidade do Twitter. Eles citam como exemplos a Yale Library,⁷⁸ que anuncia *workshops* sobre os recursos das bibliotecas, fornece *links* para arquivos *on-line* e dá dicas de como enviar mensagens de texto para o bibliotecário. No mesmo sentido, a MIT Libraries⁷⁹ do Massachusetts Institute of Technology, fornece pequenos anúncios sobre *workshops*, informação de grupos de estudo e aulas, e permite que os usuários possam postar informações.

Por outro lado, Dickson e Holley (2010, p. 471) argumentam que a Yale University Science Libraries utiliza o Twitter para transmitir, principalmente, *links* e notícias, ao invés de realizar uma verdadeira interação com seus estudantes. Segundo Milstein⁸⁰ (2009 apud DICKSON; HOLLEY, 2010, p. 472), para que o Twitter possa ser um método realmente eficaz de interação, as BUs necessitam postar questões para discussão e responder rapidamente todas as perguntas postadas na conta da biblioteca.

Nesse sentido, é importante ressaltar que, para que a comunicação seja recíproca, as bibliotecas teoricamente também deveriam seguir seus usuários, e não somente serem seguidas.

2.4.9 Social bookmarking

⁷⁸ YALE Library. Disponível em: <<https://twitter.com/yalelibrary>>. Acesso em: 16 jun. 2011.

⁷⁹ MIT libraries. Disponível em: <<https://twitter.com/mitlibraries>>. Acesso em: 16 jun. 2011.

⁸⁰ Milstein, S. Twitter for libraries (and librarians). *Computers in Libraries*, v. 29, n. 5, p. 17-18, 2009.

Como exemplo de ferramenta que se baseia nos marcadores sociais tem-se o Delicious.⁸¹

O Delicious permite acessar e compartilhar os *sites* preferidos (antes restritos aos “favoritos” do computador pessoal) de qualquer computador, com a possibilidade de inserir *tags* e descrevê-los. É uma lista de fontes de informação personalizada com agregadores.

“Nas bibliotecas, o Delicious pode ser muito útil no que diz respeito ao serviço de referência, já que a biblioteca, inerente às suas funções, disponibiliza aos seus utilizadores uma seleção de recursos *Web* de acordo com os seus interesses.” (SANTOS; ANDRADE, 2010, p. 123).

É função básica da BU oferecer guias de fontes de informação de acordo com as áreas dos cursos oferecidos pela faculdade. E, por meio do Delicious, esses guias ficam reunidos e acessíveis aos usuários de forma *on-line*. Além disso, os próprios usuários podem seguir o Delicious da biblioteca, acrescentar *tags* às fontes de informação pré-selecionadas e visualizar as *tags* e referências de outros usuários, para isso basta se cadastrar na ferramenta.

Segundo Click e Petit (2010, p. 140), várias bibliotecas têm usado o Delicious, principalmente para obras de referência, porque as *tags* podem ser pesquisadas, permitindo que a informação seja recuperada mais facilmente. A descrição das fontes e dos *sites* pode ser ligada entre vários usuários e, ao clicar nas *tags*, é possível saber o que os outros usuários estão lendo, graças a uma nuvem de *tags*. Um exemplo, é a MIT Libraries Virtual References,⁸² que inclui um *link* para sua nuvem de *tags*, bem como para sua lista de marcadores no Delicious.

Em geral, os textos sobre a utilização das ferramentas pelas bibliotecas são focados nas redes sociais mais populares e em experiências internacionais, por isso a abordagem teórica é limitada às ferramentas acima, mas isso não quer dizer que as outras redes sociais não possam ser utilizadas pelas BUs.

Por isso, no capítulo 4 “Apresentação, análise e interpretação dos dados”, se analisa como e quais redes sociais são utilizadas pelas BUs brasileiras.

⁸¹ Endereço eletrônico: <<http://www.delicious.com/>>.

⁸² MIT Libraries Virtual Reference's Bookmarks. Disponível em: <<http://www.delicious.com/virtualref>>. Acesso em: 16 jun. 2011.

3 METODOLOGIA

Em termos metodológicos a pesquisa se caracteriza como um estudo exploratório sobre o uso das ferramentas de redes sociais da internet por BUs, mais especificamente, das universidades públicas estaduais paulistas.

Segundo Sampieri, Collado e Lucio (1994), o estudo exploratório se justifica quando o objetivo é examinar um determinado tema que tenha sido pouco estudado, permitindo que se obtenha um maior grau de familiaridade com os fenômenos envolvidos no estudo.

A pesquisa exploratória é o passo inicial no processo investigativo e auxilia na formulação de hipóteses significativas para estudos posteriores. (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2009).

A escolha pela pesquisa exploratória, neste estudo, foi motivada pela pouca literatura encontrada sobre o tema e o problema tratados no contexto brasileiro. Desse modo, busca-se familiarizar com o fenômeno, além de descrever a situação atual, as relações existentes entre componentes envolvidos e obter percepções e ideias de fatos.

A abordagem é quantitativa e qualitativa, pois adotou-se como técnica de coleta de dados o questionário e a entrevista.

As pesquisas quantitativas são aquelas em que os dados e as evidências coletados podem ser quantificados, mensurados. No entanto, em certas pesquisas, as informações, os dados e as evidências obtidos não podem ser mensurados, nesses casos se faz necessária a utilização do método qualitativo. (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 135).

A pesquisa qualitativa tem como preocupação central descrições, compreensões e interpretações dos fatos, ao invés de medições.

Para Martins e Theóphilo (2007, p. 138), combinar métodos quantitativos e qualitativos proporciona uma base contextual mais rica para interpretação e validação dos resultados. Os limites da pesquisa qualitativa podem ser contrabalançados pelo alcance da quantitativa e vice-versa. Sob essa perspectiva, as duas abordagens são percebidas como complementares.

Para alcançar os objetivos pretendidos neste estudo, foi utilizado um conjunto de procedimentos e instrumentos de coleta de dados apresentados a seguir.

3.1 Universo de pesquisa

Como universo de pesquisa optou-se pelas BUs existentes na UNESP, UNICAMP e USP. A escolha dessas três universidades decorre da posição de destaque em que se encontram no cenário científico brasileiro, pois encontram-se entre as mais importantes universidades do estado de São Paulo e do Brasil. Por conseguinte, suas bibliotecas refletem, ou deveriam refletir, o mesmo destaque de suas instituições no cenário acadêmico, por meio de seus serviços e produtos informacionais. Desta forma, são sistemas de informação significativos para a realização da investigação.

As bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP são coordenadas por um organismo central, com denominação que varia em cada instituição, e que possui a finalidade de dar suporte às bibliotecas, atendendo a missão maior de servir ao desenvolvimento do ensino, da pesquisa e da extensão.

O Quadro 2 contém alguns dados, indicadores e uma descrição sucinta do universo da pesquisa.

Quadro 2 – Caracterização das coordenadorias de bibliotecas das universidades estaduais paulistas

(continua)

INDICADORES	UNESP	UNICAMP	USP
Coordenação Geral	Coordenadoria Geral de Bibliotecas - CGB	Sistema de Bibliotecas da Unicamp - SBU	Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/USP
URL	http://www.unesp.br/cgb/	http://www.unicamp.br/bc/	http://www.usp.br/sibi/
Ano de criação	1989	2003	1981
Legislação básica de criação	Resolução UNESP n. 50/1989 Resolução UNESP n. 4/1993	Deliberação do Conselho Universitário CONSU-A-30, de 25-11-2003 Deliberação do Conselho Universitário CONSU-A-4, de 1-06-2005	Resolução USP n. 2.226/1981
*Total de bibliotecas	*32	*27	*44
Acervo	Ano 2010 Livros: 960.545 Títulos de periódicos: 29.144 Teses e Dissertações: 60.075	Ano 2010 Livros: 876.594 Títulos de periódicos: 17.074 Teses e Dissertações: 88.579	Ano 2009 Livros: 2.204.153 Títulos de periódicos: 40.884 Teses e Dissertações: 101.895
Circulação do acervo	Empréstimo: 1.845.958 Consulta: 884.174	Empréstimo: 881.308 Consulta: 393.057	Empréstimo: 4.500.000 Consulta: 1.500.000

Quadro 2 – Caracterização das coordenadorias de bibliotecas das universidades estaduais paulistas

(continuação)

INDICADORES	UNESP	UNICAMP	USP
Catálogo coletivo	Sistema Aleph Banco de Dados Bibliográfico - Athena (http://portal.biblioteca.unesp.br/portal/athena/) P@rthenon (http://www.parthenon.biblioteca.unesp.br/)	Sistema Sophia Banco de Dados Bibliográfico – Acervus (http://acervus.unicamp.br/)	Sistema Aleph Banco de Dados Bibliográfico - DEDALUS (http://200.144.190.234/F) Portal de Busca Integrada (http://www.sibi.usp.br/buscaintegrada/)
Consórcio entre as bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP	CRUESP/Bibliotecas	CRUESP/Bibliotecas	CRUESP/Bibliotecas
Público total das universidades	Ano 2011 Graduação: 35.929 Pós-graduação: 10.705 Docentes: 3.543	Ano 2012 Graduação: 17.650 Pós-graduação: 26.869 Docentes: 1.727	Ano 2011 Graduação: 57.902 Pós-graduação: 27.795 Docentes: 5.940
Missão	Propiciar uma efetiva interação entre as bibliotecas que compõem a Rede de Bibliotecas da Unesp, o meio acadêmico e instituições congêneres nacionais e internacionais, através de ações conjuntas, facilitando a comunicação entre os vários segmentos da universidade, visando à democratização da informação em benefício da sociedade.	Prover o acesso, a recuperação e a preservação da informação, para subsidiar o ensino, a pesquisa e a extensão, contribuindo para a educação universitária e formação profissional do indivíduo, de forma que o conhecimento adquirido possa ser aplicado no desenvolvimento da sociedade.	Promover o acesso e incentivar o uso e a geração da informação, contribuindo para a excelência do ensino, pesquisa e extensão, em todas as áreas do conhecimento, com a utilização eficaz dos recursos públicos.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> •Gerenciar o funcionamento sistêmico da Rede de Bibliotecas da Unesp, aprimorar e promover a política informacional da universidade. •Coordenar o desenvolvimento das atividades da Rede de Bibliotecas da universidade, criando condições para seu funcionamento sistêmico, mediante assessoramento do Fórum Deliberativo dos Diretores das Divisões/Serviços Técnicos/Bibliotecas e Coordenação; 	<ul style="list-style-type: none"> •Dar suporte às atividades de ensino, pesquisa e extensão; •Definir política de encaminhamento da produção científica para as bibliotecas; •Possibilitar à sociedade o acesso à informação armazenada e gerada na Unicamp; •Definir a política de desenvolvimento dos diferentes acervos que compõem as bibliotecas da universidade; •Promover intercâmbio de experiências e acervos; 	<ul style="list-style-type: none"> •Criar condições para o funcionamento sistêmico das bibliotecas da USP, oferecendo suporte ao desenvolvimento do ensino e da pesquisa.

Quadro 2 – Caracterização das coordenadorias de bibliotecas das universidades estaduais paulistas

(conclusão)

INDICADORES	UNESP	UNICAMP	USP
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> •Propor diretrizes, políticas, programas e projetos de informação, visando à melhoria das atividades acadêmicas, científicas, culturais, artísticas e administrativas no âmbito da Unesp; •Estabelecer normas e procedimentos técnicos para a Rede de Bibliotecas; •Propiciar condições adequadas, por meio de infraestrutura tecnológica, visando ao gerenciamento da informação de qualidade; •Propiciar condições adequadas, por meio da educação continuada, visando à eficiência dos serviços e produtos informacionais disponibilizados no âmbito da Unesp; •Apoiar as políticas, os programas e os projetos desenvolvidos na universidade, proporcionando colaboração técnica por meio da Rede de Bibliotecas. 	<ul style="list-style-type: none"> •Proporcionar desenvolvimento profissional ao pessoal das bibliotecas. 	

Fonte: Coordenadoria Geral de Bibliotecas (2012); Sueli Ferreira (2012); Sistema de Bibliotecas da Unicamp (2011, 2012); Universidade de São Paulo (2012); Universidade Estadual de Campinas (2012); Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2011a, 2011b).

Elaborado por: Giseli Adornato de Aguiar.

Nota: *Para a aplicação do questionário o número difere do oficial, pois foram excluídas as bibliotecas dos colégios técnicos e dos museus, por outro lado, foram incluídas as BUs setoriais.

3.1.1 Amostragem

A aplicação do questionário abrangeu todo o universo da pesquisa composto por 30 BUs da UNESP (ver Anexo A), 25 da UNICAMP (ver Anexo B) e 46 da USP (ver Anexo C). Foram excluídas da consulta as bibliotecas dos colégios técnicos e dos museus, por outro lado, incluiu-se as BUs setoriais.

Desse total, selecionou-se, de forma intencional,⁸³ para a aplicação das entrevistas, as BUs que responderam ao questionário⁸⁴ e que possuem ferramentas de redes sociais seguindo os critérios abaixo:

- 1) Pelo menos uma BU de cada universidade;
- 2) Pelo menos uma BU de cada área de conhecimento (Ciências Biológicas e da Saúde, Ciências Exatas e Tecnológicas, Ciências Humanas e Artes e Interdisciplinar – abrange BUs com duas ou mais áreas);
- 3) Em cada área, as que possuem maior quantidade de ferramentas de redes sociais para melhores elementos na análise.

A amostragem atendeu as quatro áreas do conhecimento na seguinte proporção (Tabela 1):

Tabela 1 – Total de entrevistas realizadas divididas por áreas

ÁREAS	NÚMERO
Ciências Biológicas e da Saúde	1
Ciências Exatas e Tecnológicas	1
Ciências Humanas e Artes	2
Interdisciplinar	2
TOTAL	6

Fonte: Próprio autor.

3.2 Etapas da pesquisa

Na primeira etapa, foi realizado o levantamento bibliográfico, explorando as seguintes fontes de informação:

- Fontes de informação primárias (impressas e eletrônicas) – anais de encontros, congressos e seminários;⁸⁵ livros; *e-books*; periódicos da área de CI e Biblioteconomia; dissertações e teses; *blogs*; *sites* e as próprias ferramentas de redes sociais obtidos por meio de levantamento no Dedalus,

⁸³ Amostragem intencional – “De acordo com determinados critérios é escolhido intencionalmente um grupo de elementos que irão compor a amostra. O investigador se dirige, intencionalmente, a grupo de elementos dos quais deseja saber opiniões.” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 119).

⁸⁴ A presunção era que essas estariam mais dispostas a colaborar com o estudo.

⁸⁵ Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB); Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação (CBBDD) e Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias (SNBU).

na internet e na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP e do BDTD,⁸⁶

- Fontes secundárias – bases de dados nacionais e internacionais: Library and Information Science Abstracts (LISA), Library Information Science & Technology Abstracts with Full Text (EBSCO), Information Science & Technology Abstracts (EBSCO); SCIELO e Portal CAPES.

As palavras-chave pesquisadas foram: ferramentas/plataformas/sites de redes sociais e bibliotecas universitárias (*social networking sites and academic libraries*), redes sociais e bibliotecas (*social networks/networking and libraries*), redes sociais (*social networks/networking*), bibliotecas universitárias (*academic libraries*), biblioteca 2.0 (*library 2.0*), Web 2.0 e Geração Y (*generation Y/millennium generation/internet generation*).

Com o levantamento bibliográfico foi feita a documentação, leitura e seleção dos dados teóricos, o que permitiu a revisão de literatura do tema tratado.

A revisão da literatura contempla, além de uma contextualização sobre as universidades e as BUs, a Web 2.0 e a Geração Y, a análise de trabalhos e investigações a respeito de opiniões e conceitos sobre redes e redes sociais, e as características dessas ferramentas na internet. Esses conhecimentos prévios são essenciais para o andamento da pesquisa, por oferecerem parâmetros para as reflexões e as questões levantadas.

Concomitantemente ao levantamento bibliográfico e à revisão de literatura, realizou-se uma categorização das BUs existentes na UNESP, UNICAMP e USP, bem como um levantamento de seus endereços eletrônicos, visando o contato para a coleta de dados.

A segunda etapa consistiu na delimitação das perguntas do questionário (Apêndice D) e da entrevista (Apêndice F), de acordo com os objetivos propostos.

Por meio do questionário (apêndice D) procurou-se verificar quais BUs da UNESP, UNICAMP e USP estão utilizando as ferramentas de redes sociais, além de identificar quais são essas redes sociais. Também foi possível averiguar os principais obstáculos que impedem a implantação e a utilização das redes sociais pelas bibliotecas das três universidades.

⁸⁶ A Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD) é uma iniciativa do IBICT que objetiva integrar os sistemas de informação de teses e dissertações existentes no país, assim como disponibilizar em todo o mundo, via Internet, o catálogo nacional de teses e dissertações em texto integral. Fonte: <http://www.bce.unb.br/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=18>.

No Apêndice A apresenta-se a correlação entre as perguntas da entrevista e os objetivos específicos da pesquisa.

Na terceira etapa, aplicou-se a coleta de dados para, por fim, efetuar as análises e conclusões.

3.2.1 Coleta de dados

A coleta dos dados para a pesquisa foi realizada de três formas: aplicação de questionário, levantamento de dados na internet e entrevistas.

O questionário foi elaborado por meio da opção formulários do Google Docs⁸⁷ e seu envio feito por correio eletrônico. O instrumento foi composto por questões fechadas e respondidas sem a presença do pesquisador.

Após a aplicação dos questionários a todas as BUs da UNESP, UNICAMP e USP, foi necessário realizar um levantamento na internet para identificar as ferramentas utilizadas pelas bibliotecas que não responderam ao instrumento de coleta.

Esse levantamento foi feito por meio dos *websites* oficiais das bibliotecas e por buscas realizadas nas principais redes sociais Facebook, Twitter, Google+, Flickr e YouTube, e no Google (com as variáveis do nome da biblioteca pesquisada juntamente com palavras-chave como *blog*, Twitter, Facebook e redes sociais).

Em seguida, com o intuito de coletar informações que corroborassem a análise, aplicou-se uma entrevista semi-estruturada às amostras de BUs selecionadas.

“A entrevista semi-estruturada é conduzida com uso de um roteiro, mas com liberdade de serem acrescentadas novas questões pelo entrevistador.” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 86).

Em ambas as formas de coleta de dados foram realizados pré-testes⁸⁸ que, num primeiro momento, se constituiu no envio, por *e-mail*, do questionário a duas bibliotecárias (profissionais atuantes em BUs brasileiras). Num segundo momento, foi aplicada, de forma *on-line*, a entrevista às mesmas voluntárias.

⁸⁷ O Google Docs é um pacote de aplicativos do Google que funciona totalmente *on-line* diretamente no *browser*. Os aplicativos são compostos por um processador de texto, um editor de apresentações, um editor de planilhas e um editor de formulários. (GOOGLE D..., 2012).

⁸⁸ O pré-teste detecta possíveis reformulações ou correções antes da aplicação definitiva das questões.

O pré-teste do questionário foi realizado nos dias 27 e 28 de fevereiro e o da entrevista nos dias 12 e 16 de abril de 2012. Após a aplicação do pré-teste, foram feitos ajustes e substituições de termos.

3.2.2 *Análise dos dados*

Para análise dos dados coletados nas entrevistas, utilizou-se o método denominado análise de conteúdo que, segundo Martins e Theóphilo (2007, p. 95),

é uma técnica para se estudar e analisar a comunicação de maneira objetiva e sistemática. Buscam-se inferências confiáveis de dados e informações com respeito a determinado contexto, a partir dos discursos escritos ou orais de seus atores e/ou autores.

Para facilitar a análise, os dados das entrevistas foram sintetizados e agrupados por blocos, de acordo com os objetivos específicos.

Já para o questionário foi feita uma estatística descritiva através da construção de gráficos, tabelas e quadros.

É chamada estatística descritiva a organização, sumarização e descrição de um conjunto de dados. (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 103).

Os critérios utilizados para a análise se basearam nos objetivos específicos da pesquisa. A todo momento buscou-se relacionar os dados e os conteúdos obtidos pelo questionário, levantamento na internet e entrevista com análises voltadas a responder os objetivos, fazendo, quando possível, um paralelo com a literatura do conteúdo abordado. Assim, com as apreciações, buscou-se estabelecer conexões e relações que possibilitassem descrições, explicações e interpretações sobre o objeto da pesquisa.

4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

4.1 Coleta de dados

A coleta dos dados para a pesquisa foi realizada de três formas: aplicação de questionário, levantamento de dados na internet e entrevistas.

Os resultados obtidos são apresentados separadamente; num primeiro momento, são analisados os dados coletados por meio do questionário e do levantamento de dados da internet e, em seguida, os dados das entrevistas.

Essa divisão foi necessária porque se trata de dimensões diferentes de análise: na primeira parte os dados são quantitativos, enquanto, na segunda parte é feita uma análise de conteúdo das informações obtidas nas entrevistas.

4.1.1 Questionário e levantamento de dados na internet

Por meio do questionário (ver Apêndice D) procurou-se verificar quais BUs da UNESP, UNICAMP e USP estão utilizando as ferramentas de redes sociais, além de identificar quais são essas redes sociais. Também foi possível averiguar os principais obstáculos que impedem a implantação e a utilização das redes sociais por bibliotecas das três universidades.

Para isso, foi enviada, primeiramente, uma apresentação da pesquisa por *e-mail*, com explicações sobre sua finalidade (ver Apêndice B), para, posteriormente, ser enviado o questionário (ver Apêndice D), acompanhado de um texto (ver Apêndice C) com esclarecimentos sobre seu propósito, aos diretores e/ou ao endereço eletrônico oficial das bibliotecas das três universidades públicas estaduais paulistas.

No *e-mail* constava o *link* para o questionário que foi criado por meio da opção “formulários” no Google Docs. O preenchimento do questionário foi feito de forma *on-line*, bem como o seu envio. O recebimento das respostas foi realizado de maneira automática, sem a necessidade de um novo contato por *e-mail* por parte das bibliotecas.

Ao todo foram enviados 101 questionários (Tabela 2), sendo 30 para a UNESP (ver Anexo A), 25 para a UNICAMP (ver Anexo B) e 46 para a USP (ver Anexo C).

O período de entrega das respostas foi de 5 a 16 março de 2012, sendo que, na tentativa de conseguir mais dados (até aquela data, tinha-se 45 formulários respondidos), novo *e-mail* foi enviado para as bibliotecas restantes e estendeu-se o prazo por mais uma semana, com a data limite prorrogada para o dia 23 de março de 2012.

Tabela 2 – Distribuição do número de questionários enviados a cada universidade e recebidos

Universidades	Enviados	%	Recebidos	%
UNESP	30	30%	13	26,5%
UNICAMP	25	25%	13	26,5%
USP	46	45%	23	47%
Total	101	100%	49	100%

Fonte: Próprio autor.

Como um pouco mais da metade das bibliotecas não respondeu ao questionário (52 no total) foi necessário realizar um levantamento na internet (por meio dos *websites* oficiais das bibliotecas e por buscas feitas nas próprias redes sociais – Facebook, Twitter, Google+, Flickr e YouTube), e no Google (com as variáveis do nome da biblioteca pesquisadas juntamente com palavras-chave, como *blog*, Twitter, Facebook e redes sociais) para se obter um panorama completo da quantidade de bibliotecas das três universidades públicas estaduais paulistas que utilizam as redes sociais. O levantamento na internet foi realizado de 24 a 30 de março de 2012.

É importante salientar a dificuldade encontrada durante o levantamento, pois uma parte das bibliotecas não divulga suas ferramentas de redes sociais em seus *sites*. Por isso, houve a necessidade de realizar pesquisas no Google e nas próprias ferramentas. Rod-Welch (2012, p. 138) realizou um levantamento e uma análise sobre o assunto nos Estados Unidos e concluiu que as bibliotecas acadêmicas devem incorporar a referência das ferramentas de redes sociais na página inicial de seus *websites*, para tornar esses serviços mais visíveis e facilmente acessíveis aos usuários.

No Gráfico 1, que traz, o resultado do levantamento realizado por meio do questionário e da internet, percebe-se que a maioria das bibliotecas que não responderam ao questionário não utiliza ferramentas de redes sociais.

Já do total de bibliotecas que responderam ao questionário, o resultado é inverso, mais da metade possui redes sociais (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Levantamento indicando o número de bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP que utilizam as redes sociais

Fonte: Próprio autor.

Por meio das 17 bibliotecas universitárias que responderam ao questionário (Gráfico 1) e indicaram que não utilizam as redes sociais, tem-se uma amostra dos principais obstáculos que essas bibliotecas enfrentam para a adoção e a implementação das ferramentas (Gráfico 2). A amostra contempla as BUs pesquisadas.

As informações obtidas são importantes, pois nos permite vislumbrar as razões que levam as BUs a não implantarem as ferramentas de redes sociais, possibilitando, no futuro, ações e estratégias para que esses empecilhos sejam superados.

Os dados apresentados no Gráfico 2 também corroboram o objetivo específico da pesquisa, que é conhecer os desafios na aplicação e no uso das ferramentas de redes sociais, e que será abordado, mais profundamente, na análise das entrevistas.

Gráfico 2 – Indicações dos principais obstáculos que impedem a implantação e a utilização das redes sociais pelas BUs

Fonte: Próprio autor.

Destaca-se nas respostas, como o principal obstáculo, a falta de uma política de biblioteca, por parte das coordenadorias de bibliotecas das universidades, que norteie a implantação e o uso das ferramentas.

Entende-se por política de bibliotecas a “formulação formal e informal, ligada ao atendimento da missão da biblioteca, bem como os critérios de avaliação.” (CUNHA; CAVALCANTI, 2008, p. 285).

Pode ser incluída na discussão sobre a ausência de uma política para as bibliotecas a falta de tempo para gerenciar as redes sociais, o que indica a necessidade de criação, por parte das coordenadorias, de uma seção específica para essa função ou, pelo menos, a contratação de funcionários com habilidade para isso, já que a quarta razão está relacionada à falta de pessoas na equipe da biblioteca com perfil e qualificação para realizar as ações de implantação.

Verifica-se que é fundamental haver políticas para as bibliotecas e um planejamento estratégico para a implantação e o uso das redes sociais, sem esses dois fatores as BUs enfrentam dificuldades para uma adoção bem-sucedida desses recursos.

Sobre a preocupação com a segurança da rede, percebe-se a falta de informação dos bibliotecários, pois, por meio do *e-mail* e do acesso a *sites* diversos, a biblioteca também se expõe ao risco de contaminação por vírus de computador. As redes sociais não são as únicas responsáveis pela falta de segurança na internet. É possível orientar os funcionários das bibliotecas sobre cuidados que devem ser tomados para diminuir o risco de contágio e invasão por vírus e *hackers*.

Por outro lado, questões de direitos autorais e de apropriação e uso indevido de informações não podem ser esquecidas. Por exemplo, ao se cadastrar no Facebook, aceita-se os termos que autorizam a utilização de dados e informações pessoais. Com essas condições, a biblioteca não tem como garantir o controle das informações disponibilizadas pelos usuários e por ela própria. Porém, ao se cadastrarem na rede, os usuários, também aceitam essa condição.

A American Library Association (ALA) possui um Código de Ética, criado em 1939 e vigente até hoje que diz “É obrigação dos bibliotecários tratar como confidencial qualquer informação privada obtida através do contato com os usuários da biblioteca.”⁸⁹ (BOCHER, 2007, p. 120, tradução nossa).

Os bibliotecários norte-americanos são convictos da importância de se manter a privacidade de seus usuários. Dessa forma, a tensão central entre as bibliotecas e as redes sociais está no fato de essas ferramentas se basearem na premissa de que as pessoas sabem quem você é e o que compartilha, e as bibliotecas têm operado, por anos, sob a diretriz de que cada usuário tem o direito à proteção e à confidencialidade de seus dados pessoais e suas pesquisas. Assim, para os bibliotecários norte-americanos, o uso das ferramentas de redes sociais resulta em um declínio da privacidade. (GRIFFEY, 2010).

A crença na privacidade é tão importante para os bibliotecários norte-americanos que a American Library Association ([200-], tradução nossa) se opôs até mesmo ao USA Patriot Act,⁹⁰ como indica seu *site*:

A ALA se opõe a qualquer uso do poder governamental para suprimir o intercâmbio livre e aberto do conhecimento e da informação ou

⁸⁹ “It is librarians’ obligation to treat as confidential any private information obtained through contact with library patrons.”

⁹⁰ Para combater o terrorismo, na sequência dos acontecimentos de 11 de setembro de 2001 foi aprovado no Congresso norte-americano o “USA Patriot Act”, que alterou mais de 15 leis federais, inclusive as que regiam a privacidade e o acesso aos registros dos usuários das bibliotecas, incluindo os dados eletrônicos e de comunicações armazenados. (AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION, 2012).

para intimidar pessoas que exercem a livre pesquisa. A ALA considera que as seções do USA PATRIOTACT são um perigo imediato para os direitos constitucionais e os direitos de privacidade dos usuários da biblioteca.⁹¹

No Brasil não há uma regulamentação oficial ou diretrizes, como as da ALA, sobre política de privacidade nas BUs, apesar de ser praxe manter, de forma confidencial, os dados pessoais dos usuários. Porém, isso não impede que as BUs incluam diretrizes relacionadas à privacidade em seus regulamentos.

Além disso, há conflitos com relação aos pontos de vista dos usuários e dos gestores das bibliotecas. Bibliotecários veem seu papel de protetores das informações privadas como uma obrigação profissional e acreditam que os usuários esperam isso deles. Já os usuários querem a proteção de sua privacidade, mas não para todos os serviços, isso não deve ocorrer à custa de sua participação nas redes sociais. (ONLINE COMPUTER LIBRARY CENTER, 2007, p. 8-4).

Chama a atenção, no Gráfico 2, a relutância dos gestores em usar as redes sociais e compartilhar as informações, pois as bibliotecas são, acima de tudo, de acesso público gratuito e possuem como uma de suas funções primordiais disseminar informações. Assim, há uma preocupação com a falta de informação dos gestores das bibliotecas ou, até mesmo, um preconceito desses com relação às redes sociais.

O profissional da informação deve cercar-se, sem preconceitos ou idiosincrasias, de todo e qualquer suporte de informação, fazendo uso das tecnologias recentes, para inovar a prática de mediação, ao disseminar a informação para o usuário. (BARROS, 2003, p. 35).

Para McAfee (2010), quando são expostos pela primeira vez a essas tecnologias, os tomadores de decisão expressam preocupações sobre o que acontece quando o controle direto é suspenso e muitas pessoas podem contribuir livremente com plataformas de informação. As redes sociais removem sua capacidade de filtrar informações ou controlar seu fluxo.

Uma pesquisa realizada pelo Online Computer Library Center (2007), nos diversos tipos de bibliotecas (sendo 30% de bibliotecas universitárias) do Canadá, França, Alemanha, Japão, Reino Unido e Estados Unidos, apresenta alguns dados

⁹¹ "ALA opposes any use of governmental power to suppress the free and open exchange of knowledge and information or to intimidate individuals exercising free inquiry. ALA considers that sections of the USA PATRIOT ACT are a present danger to the constitutional rights and privacy rights of library users."

estatísticos, dentre eles, destaca que 86% dos gestores de bibliotecas não consideram relevante utilizar redes sociais em suas bibliotecas.

Apesar desse número, os dados mostram que esses gestores, particularmente, são usuários das ferramentas de redes sociais. Porém, eles possuem uma visão extremamente conservadora com relação à segurança e à privacidade dos dados, por isso não se interessam em utilizar as redes sociais nas bibliotecas. Ou seja, embora os gestores das bibliotecas utilizem essas ferramentas no âmbito particular, no âmbito institucional são resistentes ao uso das mesmas. (ONLINE COMPUTER LIBRARY CENTER, 2007, p. 8-4).

Questões como a perda de controle, o medo com relação aos dados e às informações disponibilizados e a falta de uma visão estratégica podem ser empecilhos para a implantação das ferramentas de redes sociais em bibliotecas.

Os bibliotecários precisam estar conscientes do poder das novas conexões, conversações e oportunidades de colaboração. Não podem ficar alheios às mudanças que ocorrem na sociedade.

Os bibliotecários não podem viver do passado e, mesmo que alguns ainda o façam, os profissionais precisam olhar para o futuro e antecipar o que a outra década pode trazer. [...] As bibliotecas ainda são tidas por alguns leigos como uma herança, portanto, é importante que os bibliotecários justifiquem sua existência na sociedade moderna. Se levarem a sério o futuro dos seus serviços e o planejarem, estarão permitindo que novas tendências se estabeleçam novos serviços sejam criados, novas oportunidades surjam. (MACIEL; MENDONÇA, 2006, p. 60).

Para Lankes (2007, p. 50), as pessoas constroem e adquirem novos conhecimentos por meio da conversação. Uma vez que os bibliotecários estão no ramo do conhecimento, eles também estão no ramo da conversação.

E, hoje, os diálogos acontecem também nas redes sociais, por isso, os gestores das bibliotecas precisam adotar uma postura proativa, para experimentar novas formas de comunicação. “Não porque é moda, novo ou legal, mas porque estamos mais conectados do que nunca.”⁹² (LANKES, 2007, p. 53, tradução nossa).

⁹² “Not because it is trend, new, or cool, but because we are more connected than ever before.”

4.1.1.1 Caracterização das bibliotecas universitárias da UNESP, UNICAMP e USP

Por meio das respostas obtidas com os instrumentos utilizados na coleta, descreve-se, quantitativamente, o total de BUs que usam as ferramentas de redes sociais em conjunto (UNESP, UNICAMP e USP) e, separadamente, por universidade, suas áreas de conhecimento e por categoria de ferramentas, de forma a responder o objetivo específico da pesquisa.

Gráfico 3 – Levantamento indicando a quantidade de BUs que utilizam as redes sociais na UNESP, UNICAMP e USP

Fonte: Próprio autor.

De acordo com o Gráfico 3, há igualdade entre as BUs que usam e as que não usam as ferramentas de redes sociais. Demonstra-se que ainda existe equilíbrio entre as bibliotecas dispostas e as não dispostas a experimentar as novas possibilidades proporcionadas por tais recursos. No Gráfico 2, apresenta-se algumas respostas e elabora-se uma análise dos motivos que levam as bibliotecas a não adotarem os recursos das redes sociais.

Segundo o *ranking* da Times Higher Education de 2011-2012, que avalia o desempenho dos estudantes e a produção acadêmica nas áreas de Engenharia e Tecnologia, Artes e Humanidades, Ciências da Vida, Saúde, Física e Ciências Sociais, verifica-se que as BUs das cinco primeiras colocadas na classificação internacional (ver Anexo D) possuem ferramentas de redes sociais. (TIMER HIGHER EDUCATION, 2011).

Esse índice serve como parâmetro para as BUs brasileiras, pois mostra que as bibliotecas das principais universidades estão fazendo uso das redes sociais.

Nesse mesmo *ranking*, a USP aparece na 178ª posição na classificação internacional, enquanto a UNICAMP situa-se entre o 276º e o 300º lugares (não há uma colocação específica). (TIMER HIGHER EDUCATION, 2011).

Da mesma forma, uma pesquisa intitulada “Panorama das Redes Sociais no Ensino Superior Brasileiro” identificou que de 2.099 instituições de ensino superior existentes no Brasil, 1.529 destas possuem canais oficiais de mídias sociais. (CADSOFT GESTÃO ACADÊMICA MODERNA, 2012).

Ainda segundo o relatório, o principal objetivo desse estudo é destacar que as instituições de ensino superior devem se aproximar dos anseios da denominada Geração Y de estudantes. Se as instituições de ensino superior brasileiras estão preocupadas em se inserir nas redes sociais e dialogar com a Geração Y, é natural imaginar que suas bibliotecas façam parte desse processo.

Gráfico 4 – Indicação da quantidade de BUs que utilizam as redes sociais na UNESP, UNICAMP e USP

Fonte: Próprio autor.

O Gráfico 4 indica que as bibliotecas da UNESP são as que mais usam as redes sociais, levando em consideração o total de bibliotecas pesquisadas, seguidas pelas bibliotecas da USP (em que quase ocorre uma igualdade entre as que usam e as que não usam as redes sociais) e, por fim, tem-se as bibliotecas da UNICAMP, com baixo índice de uso.

Também foi possível identificar, em cada universidade, as áreas de conhecimento que concentram o uso das ferramentas pelas bibliotecas.

Tabela 3 – Distribuição do total de BUs que possuem ferramentas de redes sociais, divididas por universidade e área do conhecimento

ÁREAS	UNESP	UNICAMP	USP	TOTAL
Interdisciplinar	6	2	4	12
Biológicas e da Saúde	5	1	8	15
Exatas e Tecnológicas	3	1	6	11
Humanas e Artes	6	2	6	14
TOTAL	20	6	24	50

Fonte: Próprio autor.

Com base nos dados da Tabela 3, constata-se que as bibliotecas da área de Exatas e Tecnológicas são as que menos utilizam as redes sociais, mesmo sendo as que possuem o maior número de bibliotecas na somatória das três universidades (Tabela 4).

Já as que mais utilizam as redes são as bibliotecas da área de Humanas e Artes, seguidas pela área de Biológicas e da Saúde, porém a área Interdisciplinar possui maior proporção de uso. Essa é uma questão que merece estudos posteriores mais detalhados.

Tabela 4 – Distribuição do total de BUs pesquisadas nas três universidades, por área do conhecimento

ÁREAS	UNESP	UNICAMP	USP	TOTAL
Interdisciplinar	9	3	7	19
Biológicas e da Saúde	9	5	14	28
Exatas e Tecnológicas	6	6	17	29
Humanas e Artes	6	11	8	25
TOTAL	30	25	46	101

Fonte: Próprio autor.

Observa-se que, contrariando as expectativas iniciais, as bibliotecas da área de Exatas e Tecnológicas não estão à frente das demais áreas na implantação das ferramentas de redes sociais. É de se supor que essas bibliotecas, por terem um público-alvo mais familiarizado com a tecnologia, investissem de forma pioneira em novas formas de comunicação com seus usuários.

De acordo com o Quadro 3, as cinco ferramentas de redes sociais mais utilizadas pelas bibliotecas consultadas são: Facebook e Twitter, seguidos por *blog*, Flickr e YouTube.

Quadro 3 – Ferramentas de redes sociais utilizadas pelas BUs da UNESP, UNICAMP e USP

REDES SOCIAIS	UNESP	UNICAMP	USP	TOTAL
1) Facebook	15	3	12	30
2) Twitter	8	2	20	30
3) Blog	11	2	15	28
4) Flickr	5	0	6	11
5) YouTube	5	0	3	8
6) Google+	1	2	2	5
7) Picasa	2	1	2	5
8) Delicious	1	0	3	4
9) Orkut	3	0	1	4
10) LibraryThing	0	1	1	2
11) O Livreiro	1	1	0	2
12) LinkedIn	0	0	1	1
13) MySpace	0	1	0	1

Fonte: Próprio autor.

Os dados demonstram que a maioria das bibliotecas concentra o uso das redes sociais em somente três ferramentas. Duas delas – Facebook e Twitter – são, atualmente, as mais populares,⁹³ e a terceira, o *blog*, é uma ferramenta que, segundo Curty (2008, p. 61), teve rápida aceitação por sua fácil operação.

Estranha-se o fato de quase não haver uso de redes sociais literárias (LibraryThing, O Livreiro e Skoob), um recurso com perfil e contexto, a nosso ver, para aplicação em bibliotecas de algumas áreas.

Com o levantamento quantitativo, constata-se que a UNESP e a USP se destacam na utilização das ferramentas, já a UNICAMP possui um uso incipiente, o que demonstra certo atraso nesse aspecto, em comparação às outras duas universidades.

Os motivos para a diferença entre as bibliotecas foram detectados nas entrevistas, e podem ser creditados a fatores como: cursos e treinamentos de

⁹³ Estatística no tópico 2.4 “As bibliotecas universitárias e as ferramentas de rede social da Web”, p. 66.

atualização oferecidos por suas coordenadorias e a postura proativa dos profissionais.⁹⁴

Esse tópico, além de caracterizar as bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP quanto ao uso ou não de ferramentas de redes sociais, possibilitou atender ao seguinte objetivo da pesquisa:

- Identificar as ferramentas de redes sociais utilizadas pelas BUs.

E contribuiu na investigação dos desafios existentes na aplicação e no uso das ferramentas de redes sociais pelas BUs.

Com as entrevistas, busca-se conhecer os motivos da escolha das ferramentas de redes sociais mais citadas no Quadro 3 e responder os outros objetivos da pesquisa.

4.1.2 Entrevistas

Este tópico é dedicado à apresentação dos dados coletados por meio de entrevistas realizadas com seis BUs da UNESP, UNICAMP e USP durante os meses de abril a maio de 2012.

Ao todo, foram realizadas visitas presenciais em cinco bibliotecas e uma entrevista foi realizada por meio do Skype.⁹⁵

As bibliotecas que seriam entrevistadas foram selecionadas a partir das respostas do questionário. A presunção era de que essas estariam mais dispostas a colaborar com o estudo.

Com os dados obtidos nas entrevistas buscou-se avaliar a contribuição das ferramentas de redes sociais na melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços e produtos das BUs.

Os critérios utilizados para a escolha das bibliotecas entrevistadas foram:

1. Pelo menos uma BU de cada universidade;
2. Pelo menos uma BU de cada área do conhecimento;
3. Em cada área, as que possuem maior quantidade de ferramentas de redes sociais, a fim de se obter melhores elementos para análise.

⁹⁴ A análise aprofunda-se no tópico 4.1.2 “Entrevistas”, p. 98. Nesse tópico foi apresentada, de forma quantitativa, a diferença entre as três universidades.

⁹⁵ *Software* que possibilita a comunicação por videoconferência, audioconferência e/ou troca de mensagens instantâneas pela internet. Endereço eletrônico: <<http://www.skype.com/intl/pt-br/home/>>. (SKYPE, 2012).

Dessa forma, utilizou-se o método intencional para selecionar as bibliotecas, e a amostragem contém representantes das três universidades estaduais e áreas do conhecimento (Ciências Biológicas e da Saúde, Ciências Exatas e Tecnológicas e Ciências Humanas e Artes), acrescidas da área Interdisciplinar (abrange bibliotecas com duas ou mais áreas).

Durante o período de 20 de abril a 11 de maio de 2012 foram contatadas sete bibliotecas, e seis bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP concordaram em participar da pesquisa. Um gestor de biblioteca, que não respondeu ao pedido, alegou que se confundiu ao responder o questionário, indicando suas redes sociais pessoais.

Esse fato indica que, apesar de a biblioteca não possuir ferramentas de redes sociais, seu gestor as utiliza particularmente, como identificado na pesquisa realizada pelo Online Computer Library Center (2007).

Para preservar os nomes dos participantes das entrevistas, esses serão representados por um código alfanumérico (1BU, 2BU, 3BU, 4BU, 5BU e 6BU) e por códigos identificadores das áreas de conhecimento (B – Ciências Biológicas e da Saúde, E – Ciências Exatas e Tecnológicas, H – Ciências Humanas e Artes, e I – Interdisciplinar).

4.1.2.1 Caracterização dos entrevistados

Procurou-se caracterizar a biblioteca entrevistada quanto ao informante: sua formação, seu cargo e/ou função e tempo de trabalho na área.

Foram realizadas seis entrevistas, com a participação de doze profissionais (incluindo os(as) gestores(as) que responderam a questão 11a). Nove entrevistados eram do sexo feminino e três, do sexo masculino.

Tabela 5 – Formação dos entrevistados

FORMAÇÃO	N.	%
Biblioteconomia	9	75%
Cursando Biblioteconomia	2	16,66%
Letras	1	8,33%
TOTAL	12	100%

Fonte: Próprio autor.

Todos os entrevistados têm formação superior ou estão cursando o ensino superior. A maioria é formada em Biblioteconomia, o que mostra a participação dos bibliotecários na aplicação das redes sociais. Também se percebe que não há profissional da área de informática envolvido diretamente na implantação e manutenção das redes sociais.

Um dos motivos para isso é a facilidade de uso das ferramentas, elas são mais simples de se manusear e intuitivas do que as *webpages*, assim exigem menos conhecimentos técnicos. Somente os *blogs*, para uma customização mais personalizada, demandam conhecimentos em linguagem de marcação.⁹⁶

Tabela 6 – Cargos ocupados pelos entrevistados

CARGOS	N.	%
Assistente da Seção Técnica de Referência e Atendimento ao Usuário e Documentação	1	7,1%
Biblioteca Virtual	2	14,3%
Chefia Técnica	2	14,3%
Diretor da Biblioteca	2	14,3%
Diretor Técnico de Serviços	1	7,1%
Supervisor de Serviços do Tratamento da Informação	1	7,1%
Supervisor Técnico da Seção Técnica de Referência e Atendimento ao Usuário e Documentação	1	7,1%
Supervisor Técnico do Atendimento ao Usuário	1	7,1%
Técnico da Seção de Divulgação e Publicação	2	14,3%
Técnico da Seção de Tratamento Técnico da Informação	1	7,1%
TOTAL	14	100%

Fonte: Próprio autor.

Nota: Os nomes dos cargos aparecem conforme citado nas entrevistas. Dois entrevistados trabalham em mais de uma seção.

Mais da metade dos respondentes (57%) exerce cargos de chefia. É de supor que, quando o gestor da biblioteca envolve-se, é maior a probabilidade de implantação e utilização das ferramentas de redes sociais. Certamente o incentivo e o apoio da gerência são essenciais.

Outro ponto importante foi verificar que há pessoas envolvidas de várias seções da biblioteca (com exceção da Seção de Aquisição), o que indica que a Seção de Referência ou Atendimento ao Usuário não necessariamente toma a frente desse processo ou, então, que as ferramentas de redes sociais, por suas próprias

⁹⁶ Cascading Style Sheets (CSS).

características, possibilitam a colaboração de pessoas dos diversos setores da biblioteca.

Para Vergueiro (2002, p. 108), nos serviços de informação “as estruturas hierárquicas tradicionais distribuem os funcionários como se estivessem em guetos, cada um responsável por um pedaço, como se todos trabalhassem de forma independente [...]”, enquanto, na verdade, a qualidade do serviço de um depende diretamente da qualidade do serviço de outro. Em essência, nas redes sociais o trabalho colaborativo é incentivado e valorizado.

Gráfico 5 – Distribuição dos profissionais de acordo com o tempo de formatura

Fonte: Próprio autor.

A média de tempo de formatura dos bibliotecários entrevistados foi de 17,94 anos. O bibliotecário mais antigo formou-se em 1981 e o mais novo, em 2009. Há um predomínio de profissionais experientes, mesclados com alguns recém-formados. Tal fator pode contribuir para a agregação de conhecimentos e novas ideias para os serviços e produtos das bibliotecas.

4.1.2.2 Caracterização das bibliotecas universitárias entrevistadas

As entrevistas atenderam as quatro áreas existentes na seguinte proporção: **uma** na área de **Ciências Biológicas e da Saúde**, **uma** na área de **Ciências Exatas e Tecnológicas**, **duas** na área de **Ciências Humanas e Artes** e **duas** na área **Interdisciplinar**, assim, acompanhou-se a proporção das bibliotecas das áreas

que mais utilizam as ferramentas de redes sociais indicada na Tabela 3,⁹⁷ e houve equivalência de número de respostas.

A intenção da pesquisa não é a comparação entre áreas do conhecimento (cujos resultados podem ser trabalhados por interessados na questão), mas buscar experiências, opiniões e cobrir equilibradamente, com as entrevistas, as quatro áreas.

Todas as bibliotecas oferecem acesso à internet aos usuários, por meio de terminais de consulta e sem fio (*wireless*). Uma delas, inclusive, possui 13 *netbooks* para serem emprestados aos usuários. Porém, constatou-se a necessidade de os ambientes terem um maior número de tomadas nas salas de estudo, como no comentário do entrevistado 1BU-B:

“Hoje, a grande demanda na biblioteca é de tomadas para as pessoas que trazem seus laptops e usam a rede sem fio”.

E ao serem indagadas se permitem o acesso dos usuários às redes sociais nos terminais de consulta da biblioteca: **três** disseram que **sim**, **duas** que **não** e **uma** permite com **acesso restrito** como na fala do depoente 2BU-E:

“Só nos terminais dentro da sala de atendimento ao usuário e um uso rápido, não pode ficar lá meia hora, uma hora.”

Não permitir o acesso às ferramentas de redes sociais nos terminais da biblioteca soa conflitante, pois o conteúdo das ferramentas apresenta, muitas vezes, tutoriais que explicam serviços e produtos da biblioteca e podem auxiliar os usuários em suas dúvidas e proporcionar autonomia em suas ações. O entrevistado 1BU-B fez um comentário com relação à pergunta:

“Seria contraditório termos Twitter, blog e Facebook e não deixarmos usar.”

Com relação à data de criação das bibliotecas, tem-se o seguinte quadro: 1934, 1957, 1970, início da década de 1970, 1972, 1977.

As datas se concentram na década de 1970, no Brasil, em decorrência da Reforma do Ensino Superior oficializada em 1968; a partir dessa data, as BUs passaram a ser, teoricamente, obrigatórias nos institutos de ensino superior. (OLIVEIRA, L., 2004, p. 26).

⁹⁷ Ver p. 96.

Sobre o número estimado de usuários, a forma de medição varia em cada biblioteca, conforme o Quadro 4.

Quadro 4 – Número estimado de usuários da biblioteca

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Média diária de visitas à biblioteca é em torno de 350 pessoas por dia.
2BU-E	O número de usuários inscritos em 2010 foi de 3.160.
3BU-H	Em 2011, foram emprestados 32.754 itens e a frequência de usuários que passaram pela catraca da biblioteca foi de 91.579.
4BU-H	De 3.000 a 3.500 cadastros, atende 30.000 usuários por ano.
5BU-I	3.600 usuários no total (359 funcionários, 219 professores, 2.278 alunos de graduação e 751 alunos de pós-graduação).
6BU-I	Temos cerca de 5.000 usuários ativos.

Fonte: Próprio autor.

Com a implantação do empréstimo unificado nas universidades, não há mais inscrições dos usuários locais na biblioteca. Com a carteirinha da universidade, todos são usuários em potencial. Por isso, algumas bibliotecas apresentam dados de anos anteriores e outras têm como parâmetro todos os usuários da faculdade.

“Com o empréstimo unificado não temos mais como verificar o número de usuários da biblioteca [...]” (3BU-H).

“Não tem o número de usuários inscritos na biblioteca, o que você tem é que todos os usuários, todos os funcionários, docentes e alunos da universidade são usuários em potencial da biblioteca.” (1BU-B).

Atualmente, os usuários das BUs não se restringem aos usuários da faculdade, mesmo que estes sejam seu público-alvo primordial, com as TICs, as bibliotecas passaram a atender usuários além de suas fronteiras acadêmicas e especialidades.

Haja vista os consórcios existentes entre as três universidades, intitulado Consórcio CRUESP/Bibliotecas (Conselho de Reitores das Universidades Estaduais Paulistas, dos Sistemas de Bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP), cujas premissas são a cooperação, o compartilhamento e a racionalização de recursos e outros convênios com bibliotecas internacionais.

4.1.2.3 Análise e interpretação dos dados das entrevistas

As informações coletadas nas entrevistas junto à amostra de bibliotecas apresentam-se com sua interpretação e análise.

Para isso, agrupou-se as questões por blocos, de acordo com os objetivos específicos propostos, e optou-se por apresentar as respostas na íntegra, ou sua síntese, quando as informações estavam desorganizadas, “[...] uma vez que a linguagem é natural e, mesmo com um roteiro estruturado, opiniões se misturam, repetem-se, apenas utilizando termos diferentes.” (LEITÃO, 2005, p. 83).

Quando um participante complementa a questão com mais informações e exemplos, inicia outro assunto ou faz um comentário não específico à questão, sendo pertinente, esse conteúdo é colocado de forma literal e em destaque na análise.

A seguir são apresentados os resultados obtidos por meio do roteiro de entrevista (ver Apêndice F).

BLOCO 1

a) Identificar as ferramentas de redes sociais utilizadas pelas bibliotecas das universidades estaduais públicas paulistas.

b) Detectar os motivos de escolha das ferramentas utilizadas pelas Bibliotecas Universitárias.

Para identificar quais ferramentas de redes sociais são abordadas nas entrevistas e analisadas neste tópico, foi perguntado, novamente, quais as ferramentas de redes sociais utilizadas pela biblioteca (Quadro 5).

Quadro 5 – Quais as ferramentas de redes sociais utilizadas pela biblioteca?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Blog, Delicious, Facebook, Google+, LinkedIn, Picasa, Twitter e YouTube.
2BU-E	Facebook, LibraryThing, Orkut, Picasa e Twitter.
3BU-H	Blog, Delicious, Facebook, Flickr e Twitter.
4BU-H	Facebook.
5BU-I	Blog, Facebook, Flickr, Orkut, Twitter e YouTube.
6BU-I	Delicious, Facebook, Orkut, SlideShare e YouTube.

Fonte: Próprio autor.

O Facebook reina soberano, seguido pelo Twitter e o *blog*, como no Quadro 3.

O Facebook foi criado por Mark Zuckerberg e lançado em Harvard, onde seu criador estudava. Seu sucesso deve-se muito ao fato de ter começado na faculdade, é nesse ambiente que as redes sociais das pessoas são mais densas e onde, geralmente, elas se socializam mais, rigorosamente, do que em qualquer outro momento da vida. (KIRKPATRICK, 2011).

Para Kirkpatrick (2011), é provável que o motivo de sua aceitação, e rápida expansão, seja sua origem, Harvard confere uma aprovação que tem peso único em qualquer área. As conexões com a prestigiada universidade tornaram o produto menos suspeito.

Para saber há quanto tempo as bibliotecas utilizam as redes sociais, o Quadro 6 apresenta a data de criação das mesmas.

Quadro 6 – Há quanto tempo, aproximadamente, foram criados os perfis da biblioteca nas ferramentas de redes sociais?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Biblioteca: Twitter – 18/08/2009 Blog – 16/07/2010 Facebook – 04/02/2011 Biblioteca Virtual: Twitter – 02/02/2011 Facebook – 08/07/2011 Blog – 26/07/2011 LinkedIn – 08/2011 Delicious, Google+, Picasa e YouTube – não informado
2BU-E	Facebook – 2010 Twitter e Orkut – não informado
3BU-H	Flickr e Delicious – 2008 Twitter e o Blog – 2000 Facebook – 2010
4BU-H	Facebook – 03/2012
5BU-I	Todas foram criadas em 02/2011
6BU-I	SlideShare – há mais ou menos 4 ou 3 anos Delicious, Orkut e YouTube – há 2 anos Facebook – há um ano.

Fonte: Próprio autor.

Algumas bibliotecas não souberam informar a data de criação das ferramentas usadas e outras indicaram a data aproximada.

Das bibliotecas entrevistadas, a 3BU-H foi a primeira a implantar as redes sociais, em 2008, com o Flickr e o Delicious, já a última rede social implantada foi o

Facebook, em 2012, pela 4BU-H; em geral, a implantação das ferramentas se concentra nos anos de 2010 e 2011, ou seja, as bibliotecas começaram a utilizá-las recentemente e continuam alterando ou implantando novos recursos.

As redes sociais são recursos atuais e, portanto, em fase de exploração pelas bibliotecas o que requer um aprendizado baseado nos erros e acertos de uso.

Para detectar os motivos da escolha das ferramentas utilizadas, a questão 1 se desdobrou em duas sub-questões, apontadas nos Quadros 7 e 8.

Quadro 7 – Quais os motivos da escolha dessas ferramentas de redes sociais?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	São as redes sociais mais utilizadas pela população em geral. Selecionamos as ferramentas que vamos usar de acordo com o que vai atingir nosso público.
2BU-E	O Facebook e o Twitter foram escolhidos por estarem na moda. O LibraryThing e o Picasa são para uso interno, para serviço administrativo, não é para o público.
3BU-H	Em geral, eram as ferramentas que a gente conhecia. O Flickr foi a primeira a ser utilizada a partir de uma demanda dos usuários, para divulgar o acervo de imagens, os serviços e a própria biblioteca. O <i>blog</i> começou com uma atividade na biblioteca, foi criado para a semana da biblioteca. O Delicious foi criado porque suas ferramentas (resumo, <i>tags</i>) eram mais interessantes e por oferecer a possibilidade de interação, em vez de ter uma lista de <i>links</i> no <i>site</i> da biblioteca. O Facebook porque as pessoas estão usando. O Twitter para divulgar informação de forma rápida de constante.
4BU-H	Pela popularidade da ferramenta e pelo que observei em outras bibliotecas.
5BU-I	Elas foram escolhidas porque são as que os alunos mais usam. Foi feito um levantamento para isso e identificamos as ferramentas que os alunos mais utilizam e criamos os perfis.
6BU-I	Os usuários estão incluídos nas redes sociais e essas ferramentas são um meio de comunicação e acesso a eles.

Fonte: Próprio autor.

A maioria dos entrevistados indicou a popularidade das ferramentas como o principal motivo da escolha. Somente uma indicou que consultou seus usuários para escolher as redes sociais que seriam implantadas na biblioteca. Todas acreditam que os usuários estão utilizando as ferramentas de redes sociais no seu dia a dia, apesar de a maioria delas não ter realizado uma consulta ou estudo a respeito.

Há um consenso geral entre as bibliotecas de que as pessoas estão utilizando as redes sociais, fato confirmado por estatísticas brasileiras e mundiais sobre o tema, tais como as realizadas pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (2010), Nielsen (2011) e comScore (2012a, 2012b).

Além disso, uma pesquisa intitulada “Redes sociais: utilização dos alunos do ensino superior”, realizada em Portugal, identificou os principais motivos de utilização das redes sociais pelos alunos do ensino superior e obteve as seguintes respostas: contatos com amigos (98%), entretenimento (90%), apoio à aprendizagem (62%), discussão de temas de interesse (50%), promoção de eventos (44%) e contatos profissionais (40%). Da mesma forma, ao serem perguntados sobre quais eram suas principais ações nas redes sociais a opção manter contato com amigos ficou em primeiro lugar (95%), seguida por enviar mensagens (83%) e, em terceiro lugar, tem-se consultar informações (76%). (MIRANDA et al., 2011).

Essa é uma das poucas pesquisas encontradas sobre a opinião dos estudantes de ensino superior com relação às redes sociais, e nos mostra que apoio à aprendizagem (62%), discussão de temas de interesse (50%) e consultar informações (76%) estão entre as principais motivações dos alunos, o que demonstra potencial para utilização nos ambientes educacionais. Tal fato sugere a importância de estudos no âmbito das universidades estudadas.

Estranha-se o fato do LibraryThing ser usado apenas internamente, em uma das bibliotecas. Ao ser questionado, o entrevistado não deixou clara a real finalidade desse uso.

Questionou-se o entrevistado da 1BU-B sobre a razão da escolha do LinkedIn

“Para divulgar as vagas de emprego, a gente recebe muitas vagas e, assim, divulga tanto as vagas como se alguém estiver também procurando emprego, você divulga o empregador e o empregado. Porque a gente recebe muitas, no Twitter, principalmente, temos muitas vagas. E, também, atualização profissional, a gente posta cursos, essas coisas. O Twitter está ‘linkado’ no LinkedIn, assim, todos os cursos que a gente divulga no Twitter automaticamente vão para nosso mural do LinkedIn que é uma forma que a gente tem de atingir a rede profissional.”

Diferentemente das outras bibliotecas, a 3BU-H adotou o Flickr a partir da procura dos usuários por fotos da biblioteca. Já o Delicious foi escolhido pelas possibilidades que apresenta para a divulgação de fontes de informação das áreas abrangidas pela biblioteca. Da mesma forma, na questão do Quadro 9, o respondente da 6BU-I observa que o Delicious e o SlideShare foram selecionados porque identificou-se que suas ferramentas permitem a divulgação de produtos da biblioteca.

Reconhecendo-se que a biblioteca está no ramo da prestação de serviços, é aconselhável aprender o que é melhor para os clientes, falar a linguagem deles, parar de colecionar coisas desnecessárias e ignorar regras obsoletas, trabalhar cooperativamente e inteligentemente, mudando antes que perceba que já não se está mais trabalhando satisfatoriamente ou oferecendo um bom serviço. (FIGUEIREDO, 1999, p. 13).

A biblioteca precisa estar onde o usuário está, falar a linguagem da Geração Y e se comunicar por canais diferentes dos tradicionais, ofertando novos serviços e produtos, juntamente com os já existentes (*e-mail*, telefone, formulários etc.).

Os meios de comunicação coexistem, o processo de transição não leva necessariamente a uma substituição do antigo pelo novo, e sim a uma readaptação, a um reajustamento de funções e finalidades. “[...] a sucessão da oralidade, da escrita e da informática como modos fundamentais de gestão social do conhecimento não se dá por simples substituição, mas antes por complexificação e deslocamento de centros de gravidade.” (LÉVY, 2008, p. 10).

Dessa forma, ao se utilizar diversas formas de comunicação, as bibliotecas atendem usuários de diferentes gerações.

Quadro 8 – Utilizava alguma outra ferramenta de redes sociais anteriormente?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Sim, o Orkut. Ele foi criado em 2009, mas não teve continuidade, pois ninguém mais quer saber do Orkut hoje. Ele foi substituído pelo Google+.
2BU-E	Sim. Paramos de usar o Orkut e, apesar do símbolo do Orkut continuar no <i>site</i> da biblioteca, estou pensando em tirá-lo.
3BU-H	Não. Porém há dúvida quanto à continuidade do uso do Delicious, pois a diretora da biblioteca decidiu tirar seu <i>link</i> do <i>site</i> .
4BU-H	Não.
5BU-I	Não. Mas o Orkut está em decadência.
6BU-I	Não.

Fonte: Próprio autor.

Segundo dados da comScore (2012), o Facebook ultrapassou o Orkut em dezembro de 2011, tomando a dianteira entre os destinos de redes sociais de relacionamento no Brasil com 36,1 milhões de visitantes, um aumento de 192% em relação ao ano anterior, enquanto o Orkut, até então líder de audiência, passava para o segundo lugar com 34,4 milhões de visitantes.

O Quadro 8 mostra que, seguindo a audiência brasileira, o Orkut está perdendo espaço também nas BUs. Alguns respondentes perceberam o

desinteresse de seus usuários com relação às informações postadas no Orkut e estão abandonando a ferramenta.

Essa rápida alteração das redes sociais mais populares pode ser uma das desvantagens de sua utilização pelas BUs. É importante ressaltar que ferramentas como o Orkut, o Facebook, o Twitter etc. muitas vezes são modismos passageiros, até outro dia, o Orkut era a rede social mais popular no Brasil, hoje, o Facebook o superou. Assim, a biblioteca precisa estar atenta e se planejar para um possível desuso de ferramentas, e para a necessidade de migração de seus dados.

Não adianta adotar redes sociais de relacionamento das quais os usuários não estejam participando. Daí a necessidade de conhecer o que o público utiliza e, assim, manter um diálogo constante com ele.

BLOCO 2

- a) Determinar as razões que levaram as Bibliotecas Universitárias a usar as ferramentas de redes sociais.**
- b) Identificar a existência de política ou planejamento estratégico que norteie a implantação e o uso dessas ferramentas.**

As questões apresentadas nos Quadros 9, 10, 11 e 12 atendem aos objetivos específicos indicado acima.

Quadro 9 – Por que a biblioteca passou a utilizar as ferramentas de redes sociais? A adoção das ferramentas de redes sociais é resultado de um planejamento estratégico ou de uma política da coordenadoria de bibliotecas a que pertence? Ou é decisão interna?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	A adoção das ferramentas foi uma decisão interna da biblioteca, feita por meio de um planejamento estratégico que objetivava um maior alcance dos usuários novos e dos que ficam distantes, já que o curso também é ministrado fora da cidade.
2BU-E	A decisão foi interna . Começamos porque várias entidades estavam usando e os usuários também, então sentimos a necessidade de utilizar os mesmos recursos. A biblioteca deve estar inserida no dia a dia dos usuários. Não houve um treinamento específico, mas a coordenadoria de bibliotecas ofereceu algumas palestras e um curso sobre ferramentas <i>Web 2.0</i> , não especificamente sobre redes sociais.
3BU-H	Decisão interna . Não foi resultado de uma política de bibliotecas da coordenadoria e nem de um planejamento estratégico aqui da biblioteca, foi o resultado da ação de algumas pessoas da biblioteca. Mas assistimos a uma palestra sobre o tema oferecida pela coordenadoria de bibliotecas e isso despertou nosso interesse. Passamos a utilizar as ferramentas basicamente para dar informação e divulgar a biblioteca e para termos um contato mais informal com os usuários.
4BU-H	Decisão interna . Reparei que outras bibliotecas estavam utilizando as ferramentas e achei interessante criar uma, para fazer o marketing e a divulgação da biblioteca. Nunca houve treinamento ou palestra, por parte da coordenadoria de bibliotecas, para a aplicação e o uso das redes sociais.
5BU-I	As ferramentas de redes sociais surgiram depois de um treinamento, por meio de um curso à distância , de três meses de duração, oferecido pela coordenadoria de bibliotecas. O planejamento aconteceu através desse curso, pois o trabalho final de conclusão de curso era a criação e a implantação das redes sociais na biblioteca.
6BU-I	É difícil falar, uma parte foi decisão interna , principalmente, o Delicious e o SlideShare, pois observamos que essas redes tinham bastante utilidade para os nossos propósitos. Não se tem um planejamento estratégico com relação a isso, o que eu posso dizer é que a coordenadoria de bibliotecas, pensando em todas as bibliotecas, ofereceu um curso e aí surgiram as redes sociais.

Fonte: Próprio autor.

Das seis bibliotecas entrevistadas, cinco disseram que a adoção das redes sociais resultou de decisão interna.

Confirmando os dados do Gráfico 2, constata-se que não há uma política para as bibliotecas por parte das coordenadorias de bibliotecas. E essa ausência influencia a adoção e o sucesso das redes sociais pelas bibliotecas, pois “As políticas e diretrizes são planos gerais de ação, guias genéricos que estabelecem linhas mestras, orientam a tomada de decisão e dão estabilidade à organização.” (ALMEIDA, 2000, p. 6).

Com a implantação de uma política sobre o assunto, as bibliotecas teriam parâmetros para o que se pretende atingir com a implantação das redes sociais e, assim, um guia para orientá-las no processo. Além de uma política para as bibliotecas, deve haver um planejamento estratégico para a execução da ação.

Planejamento é o processo que antecede a ação, exige reflexão e auxilia a tomada de decisão. Estabelece, para cada parâmetro em questão, os resultados que se pretende atingir no futuro, levando o administrador a definir, previamente, o que, por que, como, quem deve fazer, quanto custa, quando e onde deve ser feito. (MACIEL; MENDONÇA, 2006, p. 44).

Segundo os entrevistados, quando houve algum tipo de planejamento esse foi feito pela própria biblioteca, e não pelas coordenadorias, ou durante a realização de um curso sobre o tema, sem uma continuidade.

O problema é que “por não estar totalmente incorporado à rotina do bibliotecário, o planejamento, quando ocorre, é como atividade esporádica e não como atitude permanente.” (ALMEIDA, 2000, p. 2). E, por esse motivo, muitas vezes, as bibliotecas cometem o erro de criar planos como fins em si mesmos, quando o correto é o plano ser um meio para alcançar fins, objetivos e opções determinados. (ALMEIDA, 2000).

Para Maciel e Mendonça (2006, p. 60), “o Planejamento Estratégico solidificou-se com a necessidade de as organizações se adaptarem às constantes mudanças do ambiente, proporcionando, além da sobrevivência, o seu desenvolvimento integrado ao contexto em que atuam.”

Como forma de delinear novos caminhos diante de uma sociedade em constante mudança, o planejamento estratégico se faz necessário em qualquer organização, inclusive nas BUs.

Com o advento das TICs isso se torna mais urgente, pois são novas formas de acesso à informação, novas maneiras de o bibliotecário atuar e oferecer seus serviços e produtos informacionais o que demanda planejamento para uma implementação bem-sucedida das iniciativas.

Em alguns casos (3BU-H, 4BU-H), a iniciativa para a utilização das redes sociais partiu de membros da equipe que perceberam a necessidade de adotar essas ferramentas para melhorar a comunicação com seus usuários, sem nenhuma política para nortear e planejamento a ser seguido.

Para McAfee (2010, p. 155), as organizações em geral têm agentes internos de mudança que estão ansiosos tanto para demonstrar as ferramentas de redes sociais a seus colegas como para explicar as vantagens de usá-las. Em muitos casos, esses funcionários pertencem à Geração Y.

Como as bibliotecas não seguem uma política de implantação e utilização, alguns entrevistados indicaram outros motivos que os levaram a adotar as redes sociais, como comenta 1BU-B:

“A utilização dessas ferramentas veio por uma possibilidade de atingir um maior número de usuários da biblioteca e diminuir o estigma da biblioteca como um lugar que o usuário só frequenta para consultar livros, estudar ou acessar o computador: através das redes sociais podemos divulgar uma grande parte dos serviços prestados pela biblioteca, bem como tornar a rede um meio de comunicação entre os usuários e a biblioteca.”

Pode-se notar que a BU tem mais serviços e produtos a oferecer do que os tradicionais “consultar livros, estudar ou acessar o computador” e as redes sociais são um meio para divulgar esses serviços e produtos. Maciel e Mendonça (2006, p. 34) comentam que a realização eficaz da divulgação “atua como um abrir de cortinas para o usuário. Apresenta a biblioteca, muitas vezes uma caixa-negra para os seus clientes, como um serviço realmente destinado a ele, programado para servi-lo.”

Outro ponto abordado nas entrevistas, por mais de uma biblioteca, foi a questão de as BUs continuarem a ser necessárias para a sociedade e o desejo de um contato mais informal com o usuário, como explicado pela depoente da 3BU-H:

“Para não desaparecer do cenário, vamos continuar vivos no lugar onde todo mundo está e também, bom, na minha visão e, também, na visão de outro bibliotecário, para termos um contato com o usuário menos formal, o usuário está usando isso, então vamos usar para a gente se comunicar com esse usuário de uma forma mais aberta, menos burocrática e, principalmente, uma forma, não sei qual seria a palavra, não sei se é democrática, mas uma forma em que mais pessoas possam falar pela biblioteca e chegar até o usuário. Nós do Processamento jamais conseguimos chegar até o usuário, por mais que a gente esteja disponível, que a gente queira dialogar com o pessoal da Referência, essa é uma forma pela qual a gente consegue chegar ao usuário, eu acho isso rico.”

As redes sociais são uma oportunidade para todas as seções da biblioteca manterem contato direto com seu público, algo difícil de acontecer, por exemplo, com a Seção de Processamento Técnico. Para Vergueiro (2002, p. 88), o contato

direto com o cliente pode representar oportunidade preciosa para a obtenção de conhecimento sobre as necessidades dos clientes ou como elas estão ou não sendo satisfeitas pelos serviços.

Na falta de uma política de biblioteca ou planejamento estratégico foi perguntado, também, se houve algum tipo de treinamento, palestra ou curso oferecido pelas coordenadorias das bibliotecas para informar ou orientar sobre a utilização das ferramentas de redes sociais em bibliotecas e assim auxiliar na implantação das mesmas.

Com exceção da 1BU-B e da 4BU-H, todas as demais respondentes disseram que participaram de cursos ou palestras que auxiliaram e despertaram o interesse em implantar as ferramentas.

Percebe-se que as coordenadorias de bibliotecas que ofereceram treinamentos e cursos sobre redes sociais para suas equipes incentivaram a adoção das mesmas por suas bibliotecas.

Porém, um planejamento estratégico pressupõe mais do que treinamentos e palestras, isso seria um dos passos do planejamento, pois, segundo Almeida (2000, p. 2), o planejamento é um “[...] processo contínuo, permanente e dinâmico, que fixa objetivos, define linhas de ação, detalha as etapas para atingi-los e prevê os recursos necessários à consecução desses objetivos. [...] O planejamento é o oposto da improvisação.”

Assim, é necessário ter claros os objetivos e acompanhar a ação para verificar se as expectativas estão sendo alcançadas e se está valendo a pena seguir por esse caminho, algo que não aconteceu depois da realização dos treinamentos e das palestras nas bibliotecas entrevistadas.

Em consonância com o Quadro 9, busca-se com a questão do Quadro 10 identificar as razões que levaram as BUs a usar as redes sociais e se os resultados esperados estão sendo alcançados e, assim, verificar a contribuição dessas ferramentas para a melhoria dos serviços e produtos das bibliotecas.

Quadro 10 – Quais são os objetivos da biblioteca com o uso das ferramentas de redes sociais? Esses objetivos estão sendo alcançados? Tem algum exemplo de resultado?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	O objetivo é ser um meio de comunicação entre a biblioteca e os usuários , servir como uma forma de divulgação dos serviços da biblioteca . Os resultados estão sendo alcançados , há questões importantes que são enviadas para serem respondidas pelas redes sociais, temos especialistas escrevendo artigos exclusivos para o <i>blog</i> , esta semana houve a solicitação de uma informação por um usuário e passamos para uma pessoa competente da universidade responder e depois postamos no <i>blog</i> . Nosso Facebook estourou o limite de seguidores, já que, no início, quando criamos a página, éramos um perfil e não uma página e agora estamos migrando todos os dados. Quando se tem 5.000 seguidores, não é possível dizer que é uma iniciativa ruim.
2BU-E	O objetivo é estar inserido no meio dos usuários , usar a comunicação que eles usam e localizá-los. E conseguimos sim alcançar os objetivos , inclusive fazemos cobrança de livros atrasados no Facebook, divulgamos os eventos, livros novos, fazemos diversos comunicados, veiculamos notícias.
3BU-H	O contato com o usuário é o principal objetivo. Se os objetivos estão sendo alcançados é complicado saber , a gente percebe o retorno por quê? Pelo número de seguidores, pelas pessoas que fazem contato pelo Facebook, pelos comentários das pessoas: “ah eu vi o Twitter de vocês”, pelos elogios que de vez em quando recebemos, porque receber elogios é muito difícil, não é? Raramente alguém elogia a biblioteca, e no Twitter, no Facebook e no <i>blog</i> , de vez em quando, a gente recebe um elogio, então, eu suponho que de alguma forma a gente está alcançando esse objetivo .
4BU-H	É interagir com o meio virtual, assim como a biblioteca já existe virtualmente com o <i>site</i> , então é importante divulgar a biblioteca também por meio de uma rede social, nesse caso o Facebook, para realmente atingir os usuários de hoje , os usuários que antes eram mais presentes, mas que hoje estão virtuais, por causa da renovação e da reserva de livros via <i>on-line</i> , são poucos os usuários que estão frequentando a biblioteca. Não dá para saber ainda se os objetivos estão sendo alcançados
5BU-I	Promover a aproximação do usuário com a biblioteca , transmitir as informações por meio de um contato informal . E se os objetivos estão sendo alcançados, sim , um exemplo é o uso frequente do <i>chat</i> que nós temos, o pergunte ao bibliotecário, disponível no <i>blog</i> e no próprio Facebook, nossa rede mais utilizada é o Facebook, afim de tirar dúvidas, solicitar serviços, os usuários usam muito.
6BU-I	Com base na observação, acreditamos que os objetivos têm sido alcançados , um deles era levar informações, tutoriais , exemplos para mais usuários através dessas redes, então isso observamos que alcançamos, pois os usuários têm acessado, têm consultado esses materiais.

Fonte: Próprio autor.

Segundo Almeida (2000, p. 5-6), “os objetivos [...] são o ponto final do planejamento e constituem o plano básico da organização. [...] Os objetivos devem expressar intenções que levem ao cumprimento da missão.”

Para Leitão (2005, p. 25), a maior missão da BU é a relação com o usuário (pesquisador, cientista, professor, aluno e funcionário), cuja existência se justifica pelo apoio que oferece ao desenvolvimento e à produção do conhecimento.

Sendo assim, as bibliotecas não podem perder de vista a razão maior de seus propósitos ao implantar as redes sociais, ter só por ter ou porque está na moda, sem saber o que fazer com elas depois de adotadas não é a melhor forma de inovar nos serviços e produtos oferecidos. Os objetivos propostos com as redes sociais precisam estar alinhados com a missão da biblioteca.

Nas entrevistas realizadas, os objetivos pretendidos com a adoção das redes sociais não diferem de uma biblioteca para outra, eles se concentram nos seguintes tópicos: divulgação de informações, serviços e produtos da biblioteca; criação de um novo meio de comunicação entre a biblioteca e seus usuários e a possibilidade de um contato mais informal com eles, tornando menor a distância entre a biblioteca e os usuários de hoje (pertencentes à Geração Y).

Para Markgren (2008), os usuários das bibliotecas estão mudando, atualmente, a Geração Y usa uma variedade de dispositivos e formatos para se comunicar e se socializar. As bibliotecas que não se adaptarem às mudanças correm o risco de extinção. O maior desafio é alcançar essa geração.

Nesse sentido, entende-se que há, por parte dos entrevistados, uma preocupação em atrair os usuários e, ao mesmo tempo, mantê-los.

Verifica-se também que quase todos os entrevistados (com exceção da 4BU-H) acreditam que os objetivos propostos com a utilização das redes sociais estão sendo alcançados, porém o respondente da 3BU-H explicitou sua preocupação a respeito da forma a que se chegou a essa conclusão.

Questiona-se o modo de avaliação adotado como parâmetro para medir se os objetivos foram alcançados. O entrevistado sente falta de uma medição mais precisa. Isso acontece porque nas redes sociais “[...] os benefícios são geralmente qualitativos, tornando-os difíceis de enumerar e comparar.” (McAFEE, 2010, p. 158).

Muitas vezes o que é levado em consideração, além do número de seguidores, é a intuição e a percepção do bibliotecário ou do técnico nas conversas e nos contatos com os usuários por meio ou não das redes sociais. Além disso, foi

dada ênfase aos elogios recebidos, algo que não é frequente na biblioteca. Esses fatores levam o respondente da 3BU-H a acreditar que, apesar da aparente falta de parâmetros, os objetivos estão sendo alcançados e está valendo a pena investir nas redes sociais.

Com a questão do Quadro 11 procurou-se verificar se há um planejamento na promoção e divulgação das redes sociais.

Quadro 11 – Como os bibliotecários promovem o uso das ferramentas de redes sociais? (Por exemplo, programas de capacitação). E como é feita a divulgação?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Não há treinamento para os usuários. Mas a divulgação é feita através do <i>site</i> , cartazes, pôsteres, nas TVs que ficam na faculdade, nas próprias redes sociais. No começo, quando criamos o Facebook da biblioteca, para que algumas pessoas comessem a curtir e a participar, convidávamos professores e alunos pelo perfil. E fazemos por <i>e-mail</i> também, enfim, agora já não é tão necessário, já se espalhou.
2BU-E	Não, porque parece que é tão intuitivo que os usuários já nascem sabendo, já faz parte do dia a dia deles, a gente não sente necessidade. Há uma divulgação no <i>site</i> oficial e através da rede interna da faculdade, via <i>e-mail</i> , no começo do ano.
3BU-H	Não há treinamento para os usuários, porque se presume que eles já estejam inteirados das ferramentas. Nós divulgamos as redes em alguns cartazes na biblioteca, sempre fazemos materiais de divulgação como marcadores, guias de informação, no <i>site</i> , também é feita a divulgação boca a boca, não sei até que ponto, mas o pessoal do atendimento deveria divulgar. E a divulgação pelas próprias ferramentas, a gente divulga no Twitter que tem Facebook, essa divulgação cruzada.
4BU-H	Não há nenhum tipo de treinamento. A divulgação foi feita no próprio <i>site</i> e também falamos das redes sociais no programa de capacitação e informação discente.
5BU-I	Não tem um treinamento para os usuários, mas no início de cada semestre, na aula magna, fazemos uma demonstração, de uma hora mais ou menos, do que há nas redes sociais e também divulgamos na reunião de Congressão. Outra forma de divulgação é no <i>display</i> , por pôsteres, panfletos, marca-página. Nas palestras e nos treinamentos sempre mostro o <i>blog</i> . Na nossa página da biblioteca, nós modificamos a <i>webpage</i> e encaminhamos toda para o <i>blog</i> , isso também é uma forma de divulgação.
6BU-I	A coordenadoria de bibliotecas promoveu um treinamento sobre <i>Web 2.0</i> que capacitou vários bibliotecários e não bibliotecários, mas para usuários nunca aconteceu. Fazemos pôsteres para os calouros e divulgamos, também, nossos canais em cartazes, <i>banners</i> , nos treinamentos que realizamos.

Fonte: Próprio autor.

Na análise do Quadro 10 mencionou-se a importância das redes sociais na divulgação dos serviços e produtos da biblioteca, nesse caso, o foco é a divulgação das próprias redes sociais.

Compreende-se por divulgação “todas as atividades relacionadas à produção de instrumentos de divulgação da própria biblioteca e dos serviços e produtos oferecidos a sua clientela.” (MACIEL; MENDONÇA, 2006, p. 34).

Em geral, todas as bibliotecas fazem algum tipo de divulgação de suas redes sociais, seja pelo *site* da biblioteca, seja por meio de programas de capacitação ou, ainda, por *e-mails*, *fôlderes*, *cartazes*, *marcadores de livro*, *displays* de televisão etc.

Porém, ao entrar no perfil do Facebook do depoente 4BU-H, verificou-se que há somente dez seguidores, o que mostra que a divulgação não foi eficiente e não atingiu os objetivos propostos nos Quadros 9 e 10, fazer o marketing e divulgar a biblioteca.

Não adianta adotar ferramentas de redes sociais se elas não são divulgadas, o usuário não tem como adivinhar que elas existem se não for informado. Nesse caso, no momento da realização da entrevista foi possível notar que não havia nenhum tipo de aviso na entrada ou no interior da biblioteca divulgando o Facebook.

Um exemplo interessante de divulgação é o realizado pela 5BU-I, em que os professores auxiliaram na difusão das ferramentas:

“No início da implantação foi feito uma... teve uma Congressão e foi apresentado para os chefes de departamento, então os chefes de departamento acabaram, na época, divulgando o trabalho para os alunos e foi muito bem comentado na Congregação o resultado desse trabalho.”

Outro ponto observado é que a divulgação de uma ferramenta nova é feita também por meio de outras ferramentas de redes sociais que as bibliotecas já possuem.

Sobre programas de capacitação, todos os entrevistados foram unânimes em dizer que não consideram importante ou necessária essa ação, porque presume-se “*que os usuários já nascem sabendo*” (3BU-H). Ou seja, que os usuários não têm dificuldade em manusear as ferramentas de redes sociais.

Continuando com a análise, a questão do Quadro 12 corrobora o objetivo de verificar se há um planejamento estratégico no uso das redes sociais, ao identificar se existe uma equipe específica ou seção responsável, com bibliotecários envolvidos diretamente na manutenção das redes sociais, e se há uma periodicidade predeterminada na atualização dos recursos.

Quadro 12 – Com que frequência, em média, os perfis da biblioteca são atualizados? Há alguém específico designado para essa função?

RESPOSTAS		
BIBLIOTECAS	ATUALIZAÇÃO DOS PERFIS	DESIGNADOS PARA A FUNÇÃO
1BU-B	Não há uma periodicidade específica. O <i>feed</i> de notícias do Facebook é alimentado todos os dias úteis, uma vez que seu conteúdo está relacionado ao do <i>site</i> da biblioteca virtual, que é alimentado diariamente.	Todos da biblioteca podem colaborar, mas a responsabilidade é de dois técnicos , com o auxílio de um bibliotecário .
2BU-E	Tentamos fazer as atualizações três vezes por semana.	Um bibliotecário e um técnico .
3BU-H	O Twitter e o Facebook são atualizados diariamente e mais de uma vez por dia. O <i>blog</i> , uma vez por semana ou a cada 15 dias, quando é possível. O Delicious é atualizado quando há um <i>site</i> interessante novo. O Flickr só é atualizado quando se encontra uma imagem interessante.	Não há ninguém determinado para desempenhar essa tarefa como atividade obrigatória ou uma seção só para isso. São três bibliotecários e um técnico que cuidam disso, mas não oficialmente.
4BU-H	Foi criado em março de 2012 e nunca mais foi atualizado.	O diretor da biblioteca .
5BU-I	O Facebook, o Orkut e o Twitter são atualizados em torno de 3 a 4 vezes por semana. O <i>blog</i> é atualizado de 1 a 3 vezes por semana. O YouTube e o Flickr são usados como armazenamento para o <i>blog</i> , então, não são tão atualizados.	Um técnico . Além do <i>blog</i> , nós temos uma <i>blogosfera</i> dentro do <i>blog</i> , que é um <i>blog</i> para cada curso das áreas que temos aqui, tem 8 cursos e aí esses outros <i>blogs</i> são atualizados por outros colaboradores, esses colaboradores também são da biblioteca e cada um é responsável por 2 <i>blogs</i> , todo o pessoal é da equipe do Atendimento ao Usuário (bibliotecários e assistentes).
6BU-I	O Delicious é atualizado 1 vez por mês. O YouTube a cada 3 meses, mais ou menos. O SlideShare é atualizado conforme a necessidade. O Facebook é atualizado se tem alguma informação importante para colocar, a média é 1 vez por mês ou a cada 15 dias. O Orkut está deixando de ser utilizado pela biblioteca.	Não há uma pessoa específica, mas em geral são os bibliotecários que atualizam.

Fonte: Próprio autor.

A periodicidade varia de acordo com as características de cada ferramenta, para o Twitter, o Facebook, o Google+ e o Orkut há a necessidade de atualizações

diárias, já no caso do *blog*, a postagem de conteúdos uma vez por semana, ou a cada quinze dias, é suficiente. A atualização das outras ferramentas citadas (Delicious, Flickr, SlideShare e YouTube) depende da necessidade, pois não é todo o dia que há uma fonte de informação, um vídeo ou uma imagem interessante para ser divulgado. Algumas ferramentas existem em função de outra, por exemplo, o Flickr e o YouTube muitas vezes são usados como um meio de armazenar as imagens e os vídeos disponibilizados no *blog* da biblioteca.

Observou-se que há bibliotecários e técnicos envolvidos na manutenção das ferramentas de redes sociais na maioria das bibliotecas, com exceção da 4BU-H, em que o próprio diretor da biblioteca centraliza a atividade. Porém, verificou-se que há três meses não é feita uma atualização. Nas 1BU-B, 3BU-H e 6BU-I, em geral, vários bibliotecários ou todos da equipe podem colaborar, apesar de algumas pessoas, por iniciativa própria, cuidarem, mais frequentemente, da manutenção das redes sociais. Somente em duas bibliotecas há funcionários fixos, mas que se desdobram para desempenhar outras funções.

Não há uma seção específica, equipe ou pessoa responsável pela manutenção das redes sociais nas bibliotecas, por isso os profissionais das bibliotecas dividem suas atividades cotidianas com a atualização das ferramentas. Como algumas redes sociais precisam de atualização constante, nem sempre as bibliotecas conseguem realizar essa tarefa, como explicam os respondentes 2BU-E e 4BU-H respectivamente:

“O certo é ser atualizado pelo menos três vezes por semana, no mínimo, cada uma delas. O certo no caso do Twitter seria diariamente, mas nós não conseguimos, não temos condições de fazer isso porque, por exemplo, tem um rapaz que me ajuda, um técnico, e ele está doente e eu estou trabalhando com outros projetos e está uma correria enorme para mim. Tentamos fazer as atualizações três vezes por semana, mas, dependendo dos imprevistos acaba não dando certo.”

“Somos nós, mas não fazemos isso oficialmente, há um certo acordo tácito de um cobrir o outro, mas não tem nada determinado, tanto que, se todo mundo sair de férias ao mesmo tempo, eu aposto com você que não vai ter ninguém cuidando das redes sociais.”

A falta de tempo e de uma equipe especializada responsável pelas ferramentas, que atenda e responda rapidamente os usuários, é preocupante

quando se utiliza as redes sociais como canal de comunicação nas BUs. (DICKSON; HOLLEY, 2010, p. 475-6).

P. Araújo (2010) destaca que a periodicidade é um fator importante para conquistar e manter os leitores dos *blogs*.

Por outro lado, de acordo Dickson e Holley (2010, p. 475), uma consulta realizada com estudantes indicou que eles não querem perder tempo com mensagens frequentes e irrelevantes postadas nas redes sociais da biblioteca.

As atualizações não acontecem como o desejado segundo os próprios profissionais que trabalham com as redes sociais nas bibliotecas, isso demonstra que falta planejamento e estrutura para a manutenção das ferramentas, se não houver informações novas sendo divulgadas, por consequência o interesse dos usuários pode diminuir. Da mesma forma, se houver excesso de informações desnecessárias, isso talvez provoque uma saturação por parte dos usuários. Deve-se buscar o equilíbrio entre a escassez e o exagero de informações publicadas.

BLOCO 3

Averiguar a existência de mensuração do uso das ferramentas de redes sociais pelas Bibliotecas Universitárias.

Por meio da questão do Quadro 13 foi possível averiguar o modo de medição realizado pelas bibliotecas.

Quadro 13 – Quais as formas de avaliação utilizadas pela biblioteca quanto ao uso das ferramentas de redes sociais pelo usuário?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Usamos o Google Analytics em nossos <i>blogs</i> porque é mais completo que a ferramenta do Blogger. Nas outras redes sociais contamos pelos seguidores. E a gente tem um “sisteminha” de informação na biblioteca com estatísticas que são anotadas diariamente. A página do Facebook oferece a ferramenta de estatística e o Twitter eu coloquei em <i>sites</i> separados, que dá estatísticas de quanto aumenta, de quanto não aumenta.
2BU-E	A gente não faz avaliação, a gente só quantifica e coloca no relatório anual. A gente coloca o total de <i>posts</i> e o total de seguidores, isso no relatório, mas fazer uma avaliação do uso, isso a gente não faz.
3BU-H	Pelos recursos das próprias ferramentas, no <i>blog</i> , no Wordpress tem uma estatística, pelo número de seguidores do Twitter, número de pessoas, de contato do Facebook, no Flickr quantidade de acessos às imagens.
4BU-H	Ainda não tem uma forma de avaliação, só vejo pela quantificação que temos do “curtir”.
5BU-I	Como avaliação, nós temos a quantidade de visitas, porque dá para se ter uma média. Apesar de os perfis terem sido criados em fevereiro, os usuários só tiveram mesmo acesso às redes sociais depois da primeira divulgação, em agosto. Então, a partir de agosto a média que nós calculamos é em torno de 776 visitas mensais. Há ainda professores que sugerem alterações.
6BU-I	Não formalmente, a gente observa, tem um tanto de visualizações no YouTube, a gente recebe um elogio, o tutorial ficou bom, mas isso não é formalizado.

Fonte: Próprio autor.

Como parâmetro, as bibliotecas usam normalmente a quantidade de seguidores, de visualizações, de “retweet”⁹⁸ etc. como exemplificado pelo respondente da 6BU-I:

“Se a gente olhar no YouTube, por exemplo, a gente vê que tem vídeos que a gente elaborou que tem 400 visualizações então eles estão sendo vistos pelas pessoas, então os resultados estão sendo alcançados. Uma coisa, a gente ainda não tem trabalhos científicos falando sobre isso, comprovando isso, é mais baseado na observação.”

Novamente, sente-se a falta de uma medição mais precisa, baseada em estudos consolidados, da utilização das ferramentas de redes sociais, como já abordado na análise do Quadro 10.⁹⁹

⁹⁸ Uma das práticas comuns na *twittosfera* é o *retweeting*, ou *retweet* ou simplesmente RT que significa encaminhar, repassar uma mensagem no Twitter. Fonte:

<<http://pauloquerido.pt/media/retweeting-multiplicar-o-poder-de-divulgacao-do-twitter/>>.

⁹⁹ Ver p. 114-116.

“Ferramentas robustas estão disponíveis para coletar e mostrar todos esses tipos de dados e servem como indicadores úteis da evolução e dinâmica de um esforço de adoção.” (McAFEE, 2010, p. 158). Mas os entrevistados desconhecem essas possibilidades, a única ferramenta de análise de dados citada é o Google Analytics.¹⁰⁰

As bibliotecas entrevistadas também se baseiam na percepção e no contato com os usuários (sugestões, dúvidas, elogios etc.) para avaliar o sucesso das redes sociais.

Para o entrevistado da 5BU-I, a sugestão de um professor é um sinal de que os usuários estão acompanhando e utilizando suas redes sociais:

“[...] olha, tal abinha eu não consigo localizar, então vocês poderiam deixar essa abinha mais visível, porque é uma coisa que eu e o departamento usamos mais”.

Para saber se uma nova ferramenta está obtendo sucesso, é necessário que seja feita, periodicamente, uma avaliação e/ou medição de seu uso, pois é a partir desses dados que as BUs podem justificar a manutenção das redes sociais e pleitear investimentos, infraestrutura e políticas para esse fim.

BLOCO 4

Avaliar o relacionamento entre as redes sociais adotadas pelas Bibliotecas Universitárias e os serviços bibliotecários que demarquem as expectativas dos usuários.

No Quadro 14 procurou-se saber se as bibliotecas realizaram um estudo de usuário para conhecer as redes sociais mais utilizadas por seu público-alvo.

¹⁰⁰ Google Analytics é um serviço de monitoramento de tráfego e de eficiência do marketing que auxilia nas tomadas de decisões. É oferecido gratuitamente pelo Google. (GOOGLE A..., 2012).

Quadro 14 – Foi realizada uma consulta ou estudo com os usuários para a escolha das ferramentas de redes sociais utilizadas?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Não.
2BU-E	Não, a escolha foi pelo conhecimento que temos, pelo que percebemos no meio social daqui.
3BU-H	Não. Nós nos baseamos na impressão do que as pessoas estão usando, o que está na moda, o que a meninada gosta.
4BU-H	Não.
5BU-I	Sim, a consulta foi feita no balcão de atendimento, colhemos uma amostra de 146 usuários.
6BU-I	Não foi realizada, não tem nenhum estudo de usuário com relação a isso.

Fonte: Próprio autor.

Somente o respondente 5BU-I realizou um estudo de usuário para escolher as ferramentas de redes sociais adotadas. Para isso, o responsável criou uma planilha no computador que era preenchida quando o usuário se dirigia ao balcão de atendimento no momento do empréstimo do material bibliográfico. O usuário era abordado e indagado sobre quais redes sociais utilizava frequentemente.

Vale ressaltar que “[...] o planejamento de ações deve estar pautado nas necessidades do perfil do usuário da informação e no contexto organizacional.” (HERNAMPÉREZ; BLATTMANN, 2007, p. 131).

Figueiredo (1999, p. 34) indica a aplicação de estudos de usuários “[...] em situações que se deseja descobrir: necessidades de informação, necessidades não atendidas, atitudes, opiniões, preferências, avaliação, ou então, caso se deseje saber sobre o comportamento dos indivíduos [...]”

Para Vergueiro (2002, p. 87), apenas uma parcela diminuta dos bibliotecários sabe relatar em pormenores o que constituem exatamente as necessidades dos clientes/usuários, pois “na realidade, seu conhecimento é muito mais intuitivo, baseado em sua sensibilidade para com os clientes e em sua experiência – às vezes bastante significativa –, de satisfação de suas necessidades de informação.”

Embora a intuição desempenhe papel importante, é pouco aconselhável colocar toda a responsabilidade sobre ela. “Nesse sentido, é preciso estabelecer mecanismos que garantam minimamente à voz do cliente ser não apenas ouvida, mas, também, incorporada aos serviços de informação.” (VERGUEIRO, 2002, p. 88).

Dessa forma, pode-se investigar com os usuários não somente que ferramentas adotar na biblioteca, mas também que tipo de informações eles

gostariam de ver divulgadas nas redes sociais, quais conteúdos já publicados foram úteis etc.

Na perspectiva de Chew (2009, p. 286), primeiro deve-se tentar compreender a cultura da *Web 2.0*: o que fazem as pessoas que estão nas redes sociais e qual é o comportamento esperado dessa comunidade? Para então decidir como ela pode ser relevante para o que as bibliotecas pretendem alcançar.

Muito mais do que consultar os usuários é necessário entender as características culturais do ambiente em que estão inseridos. São novas atitudes, comportamentos e mentalidades que, por sua vez, trazem novos parâmetros de atuação para as bibliotecas.

BLOCO 5

Analisar se as redes sociais podem ser utilizadas na divulgação de informações, serviços e produtos, e na comunicação e na interação entre as Bibliotecas Universitárias e os seus usuários.

As questões apresentadas nos Quadros 15 e 16 foram propostas para identificar se as bibliotecas melhoraram a comunicação e a interação com seus usuários a partir da utilização das redes sociais.

Quadro 15 – Você observa que as ferramentas de redes sociais utilizadas pela biblioteca melhoraram a comunicação e o relacionamento com os seus usuários? De que forma?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Sim , as redes sociais possibilitaram uma maior interação com os usuários, inclusive os egressos, tanto através dos comentários feitos nas nossas publicações como pela infiltração na <i>Web</i> , diminuindo a distância entre a biblioteca e o usuário e tornando-o trazendo-os mais familiarizados com serviços e produtos da biblioteca. O relacionamento se tornou melhor, porque a partir do momento que se melhora a comunicação, se melhora o relacionamento. Comunicação é tudo!
2BU-E	Melhoraram , tanto que a gente consegue localizar o usuário que antes não conseguia, não só para cobrança de livros como para outras coisas também, e até passamos a ter um relacionamento mais pessoal, porque os usuários veem uma coisa que acontece na biblioteca e colocam no mural do Facebook, por exemplo. Deixou de ser um relacionamento só institucional, digamos, está sendo até meio pessoal agora.
3BU-H	Aparentemente sim , você percebe uma interação, você percebe as pessoas seguindo, fazendo perguntas, elogiando, criticando, tem gente que reclama quando a lista de materiais processados esta semana não é divulgada, então, a gente imagina que isso esteja dando certo, mas também não sabemos como avaliar. Quanto ao relacionamento com o usuário, melhora, tem sempre gente perguntando, mencionando. As redes sociais são eficientes para aproximar a biblioteca dos usuários.
4BU-H	Ainda não tive esse impacto , porque tem dois meses que implantei e ainda não fiz uma análise crítica sobre o uso da ferramenta.
5BU-I	Os usuários se sentiram mais amigos da biblioteca, se sentiram mais à vontade para conversar , acho que é uma linguagem deles e eles podem conversar com a gente na mesma linguagem, bem informal mesmo, porque antigamente eles teriam que enviar um <i>e-mail</i> para a biblioteca e aí, não é perder tempo, mas usar <i>chat</i> e o Facebook para tirar uma dúvida é mais rápido e dinâmico do que escrever um <i>e-mail</i> .
6BU-I	Melhoraram sim , principalmente porque criou-se um canal um pouco mais informal, os usuários podem criticar, elogiar por ali, falar alguma coisa, é um canal... Nesse sentido, essa comunicação, esse relacionamento tornou-se mais próximo, consegue aproximar os usuários por meio das redes sociais, então deixou de ser um relacionamento apenas formal de um órgão público que oferece serviços para os usuários, para um relacionamento mais próximo.

Fonte: Próprio autor.

A comunicação é primordial nas organizações e mais ainda para aquelas que têm como matéria-prima de trabalho a informação em suportes, como no caso das bibliotecas.

Em função disso, Figueiredo (1979, p. 133) ressalta que as bibliotecas têm um papel importante na transferência da informação. “Elas se constituem em um dos canais que servem de meio de ligação, ou interação, entre a literatura registrada e os seus possíveis usuários.”

A internet e suas ferramentas possibilitam uma comunicação não presencial e mais rápida com a comunidade de usuários; além de propiciar a disseminação da informação e a divulgação dos serviços e produtos da biblioteca.

Conforme aponta Morigi e Pavan (2004, p. 117), a mediação tecnológica faz emergir novos modos de comunicação e sociabilidade que

cria e recria novas formas de interação, novas identidades, novos hábitos sociais, enfim, novas formas de sociabilidade. As relações sociais já não ocorrem, necessariamente, pelo contato face a face entre os indivíduos. Elas passaram a ser mediadas pelo computador, independentes de espaço e tempo definidos.

Desse modo, novos canais de comunicação proporcionam novas possibilidades para o atendimento aos usuários das bibliotecas.

Das seis bibliotecas entrevistadas, cinco acreditam que as redes sociais melhoraram a comunicação e o relacionamento com os seus usuários. Os pontos em que incidem essa melhora são: maior interação, pois há mais comentários, perguntas, críticas, elogios etc.; a linguagem é mais informal e dinâmica e o relacionamento mais pessoal/próximo, conseqüentemente, menos formal, o que facilita o contato, como explica o respondente da 3BU-H:

“[...] você percebe coisas que antigamente eram muito raras, que é as pessoas brincando com a biblioteca, acontece um relacionamento mais informal, descontraído, claro que ainda é pouquinho, mas é algo que você não tinha antes.”

Contudo, é importante ressaltar que as bibliotecas e as universidades às quais elas pertencem são organizações seculares com estruturas hierárquicas tradicionais, por isso, ainda é um desafio ajustar a utilização de meios informais de comunicação à cultura institucional formal existente.

Quadro 16 – Houve maior interação e colaboração dos usuários com conteúdos, comentários, sugestões, críticas etc. por meio das ferramentas de redes sociais?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Sim , através das redes sociais os usuários puderam comentar e compartilhar as informações postadas no mural do Facebook ou “ <i>retweetar</i> ” informações importantes da biblioteca. Também aconteceu de um especialista da universidade nos ajudar, ele respondeu questões direcionadas à biblioteca.
2BU-E	Aumentou, eles publicam no mural do Facebook , curtem nossa publicação no Facebook, não é uma quantidade grande, mas aumentou . Se a gente não tivesse nem o Twitter nem o Facebook, por exemplo, a gente estaria com menos comunicação, então, digamos que não é um número assim estrondoso, mas tem um percentual.
3BU-H	Críticas e sugestões sim , isso acontece, até sugestão de compra de livro pelo Twitter, alguma reclamação pelo Twitter isso acontece, agora, nem todas as iniciativas que nós tomamos de pedir conteúdos foram bem-sucedidas e nós fizemos três tentativas nesse sentido.
4BU-H	Por enquanto não .
5BU-I	Eles contribuem compartilhando nossa informação , às vezes a gente posta alguma coisa no <i>blog</i> , compartilha no Facebook, por exemplo, e os usuários compartilham com os amigos deles, então, para mim, eles contribuem; e com sugestões também , por exemplo, teve sugestões de obras literárias.
6BU-I	Eu acho que melhorou nesse sentido , os usuários se aproximaram mais da biblioteca e a rede social possibilita uma comunicação mais informal, eles acabam comentando, criticando, sugerindo coisas de uma forma um pouco mais próxima.

Fonte: Próprio autor.

Em geral, a maioria das bibliotecas concorda que houve uma maior interação dos usuários, por meio de comentários, sugestões e, também, do compartilhamento de informações e “curtindo”¹⁰¹ os conteúdos postados.

Porém, uma interação pressupõe mais do que compartilhar conteúdos. Para uma interação se concretizar é necessário um diálogo entre as partes, nesse caso, entre a biblioteca e seus usuários e vice-versa, algo que raramente vem acontecendo com as bibliotecas entrevistadas a respeito da aplicação do uso das redes.

Para Primo (2009, p. 21-2), interação é um conceito básico da comunicação mediada por computador, mas em meio a tantas tipologias, ele distingue de duas formas os processos de interação na internet: interação reativa, caracterizada pelas

¹⁰¹ O botão “curtir” é um *plug-in* social criado como uma forma de as pessoas compartilharem seus interesses em conteúdo (artigos, vídeos, produtos etc.) e oferecer recomendações para seus amigos no Facebook. As pessoas podem ter uma experiência mais social vendo quais de seus amigos curtiram algo ou curtindo algo e compartilhando com seus amigos no Facebook. Fonte: <<http://pt-br.facebook.com/help/search/?q=O+que+%C3%A9+o+bot%C3%A3o+Curtir%3F>>.

trocas mais automatizadas, processos de simples ação e reação, ou seja, as trocas encontram-se previstas. Mas existem intercâmbios nos quais pouco ou nada está definido *a priori*, tais intercâmbios são denominados interação mútua. Por exemplo, em um bate-papo entre amigos por *chat* a conversação emerge no momento, é criada pelos próprios interagentes durante a comunicação. “Com a *Web 2.0*, e a mudança do foco da publicação para a participação, passou-se a valorizar cada vez mais os espaços para interação mútua: o diálogo, o trabalho cooperativo, a construção coletiva do comum.”

A interação nas redes sociais pressupõe um diálogo além da comunicação de mão única, é uma troca social em que dois ou mais sujeitos participam da conversa.

Um exemplo interessante de interação criativa através do Twitter é a BU tomar a iniciativa do diálogo. Para isso, a biblioteca precisa responder aos *tweets* que não são direcionados a ela especificamente, como neste exemplo: “Quando um usuário *tweetou*: 'Por que as pessoas estão zombando de minha decisão de usar meu dia de folga para fazer uma viagem à Biblioteca da Universidade Aberta?' A biblioteca respondeu: 'Que ótima maneira de passar o seu dia.... Não, nós não somos tendenciosas ;-)'.”¹⁰² (HERBER, 2011, p. 24, tradução nossa). Dessa forma, realiza interações diretas com seus seguidores e usuários e consegue despertar neles um olhar amigável e mais humano em relação à biblioteca.

Com uma atitude proativa, a biblioteca atrai um grande número de seguidores e consegue estabelecer uma comunicação real com os usuários, que, por sua vez, passam a estabelecer um vínculo mais próximo e a utilizar a ajuda oferecida pela referência da biblioteca veiculada por meio do Twitter. (HERBER, 2011, p. 24).

Por colaboração, entende-se

um processo dinâmico cuja a meta é chegar a um resultado novo – como aperfeiçoar um verbete da Wikipédia – partindo das competências particulares dos grupos ou indivíduos envolvidos. [...] na colaboração existe uma relação de interdependência entre indivíduo e grupo, entre metas pessoais e coletivas, o ganho de um ao mesmo tempo depende e influencia o resultado do conjunto. (SPYER, 2007, p. 23).

Sobre a colaboração dos usuários no que diz respeito a conteúdos, somente o entrevistado 2BU-E indicou que houve publicações no mural do Facebook da

¹⁰² “When a user tweeted, 'Why are people mocking my decision to use a day off to have a trip to the Open University Library?' the library responded '[W]hat a great way to spend your day.... No, we're not biased ;-)'.”¹⁰²

biblioteca, mas não deu detalhes sobre o conteúdo ou a frequência com que isso ocorre. E a pedido da biblioteca 1BU-B, um professor ajudou a responder a dúvida de um aluno.

Nas outras cinco bibliotecas não se constata a ocorrência espontânea de colaboração por parte dos usuários, uma delas (3BU-H), inclusive, explica que fez três tentativas diferentes, nesse sentido, convocando os usuários a colaborarem com conteúdos para o *blog*, sem nenhum resultado.

“[...] a gente sabe que é pouca gente que interage mesmo, todo mundo tem Twitter, mas tem gente que não posta nada, só fica vendo o que os outros postaram.” (3BU-H).

“[...] dificilmente os usuários postam comentários, o que mais acontece é no Facebook e é tipo curtir e compartilhar [...]” (1BU-B).

Tais afirmações vêm ao encontro da consulta realizada em bibliotecas do Canadá, França, Alemanha, Japão, Reino Unido e Estados Unidos pelo Online Computer Library Center (2007), na qual se constatou que, em média, apenas 6% dos usuários contribuiriam ou colaborariam com as redes sociais das bibliotecas.

Nesse mesmo estudo, chegou-se à conclusão de que uma das principais razões para o baixo interesse dos usuários é que não há exemplos de bom uso das redes sociais pelas bibliotecas, o que desestimula as pessoas a participarem e interagirem com as redes. (ONLINE COMPUTER LIBRARY CENTER, 2007).

Apesar do número baixo, a porcentagem de 6% de potenciais usuários colaboradores é aceitável em vista de regras, como a Lei de Pareto, indicarem que 80% das consequências advêm de 20% das causas.

Pareto era um economista italiano que criou a regra 80/20, pela qual demonstrou que a maioria da renda e da riqueza mundial era destinada a uma minoria da população (20%). Ele criou a lei para a área de Economia, mas a regra acabou sendo aplicado em diversos setores da sociedade. No contexto do setor de produção, de 100% apenas 20% dos membros de uma equipe de pessoas contribuem, efetivamente, na realização de um trabalho. (PRINCÍPIO..., 2012).

Howe (2009, p. 198) apresenta uma regra emergente, criada por Bradley Horowitz (funcionário da Divisão de Desenvolvimento Avançado do Yahoo), que é aplicada à internet, a “1:10:89, que diz que para cada 100 pessoas em determinado

site, uma realmente criará alguma coisa, outras 10 votarão no que foi criado e as 89 restantes simplesmente consumirão o que foi criado.”

Um exemplo foi dado pelo fundador da Wikipédia – James Wales –, ele observou que metade de todas as editorações da enciclopédia *on-line* é realizada por apenas 2,5% dos usuários e nem por isso essa pequena porcentagem deixou de beneficiar milhares de outras pessoas. (HOWE, 2009, p. 199). Além disso,

a atividade desses 10% – que votam e avaliam o material enviado, começam, e contribuem com as discussões *on-line* e geralmente ajudam a policiar um *site*, apagando conteúdo ofensivo ou supérfluo – é tão valiosa para qualquer comunidade *on-line* quanto as ações dos “supercolaboradores”, que respondem por apenas 1%. Para esses cruciais 10%, o ato de consumo foi, por si só, um ato de criação. (HOROWITZ¹⁰³, 2006 apud HOWE, 2009, p. 199).

A própria comunidade auto-regula as informações disponibilizadas e classifica os conteúdos relevantes, esses são, basicamente, os princípios do *crowdsourcing*.¹⁰⁴

Dentro desse contexto, a baixa audiência em colaborações não pode ser um empecilho ou uma desculpa para não se aplicar as redes sociais nas bibliotecas. Independentemente do fato de o usuário colaborar, avaliar ou consumir conteúdos nas redes sociais, é importante que as BUs proporcionem informações, serviços e produtos e experimentem novas formas de divulgação e de comunicação pelas redes sociais.

No decorrer da abordagem da questão, apesar de não constar no roteiro de entrevista, viu-se a necessidade de perguntar se havia alguma censura ou filtragem das críticas quando essas eram agressivas ou inapropriadas, veja algumas respostas:

“[...] então, dificilmente existe algum comentário agressivo, o máximo que teve é ‘olha isso é muito bacana’ ou ‘me ajudou’ [...]” (1BU-B).

“Já recebemos críticas e tivemos que fazer algumas filtrações, porque eram fora de contexto.” (2BU-E).

“Não houve críticas, até o momento estamos tranquilos quanto a isso.” (5BU-I).

¹⁰³ HOROWITZ, B. *Elatable*: Bradley Horowitz. Palo Alto: [s.n], 2006. Disponível em: <www.elatable.elatable.com/blog/?p=5>. Acesso em: 15 maio 2011.

¹⁰⁴ “*Crowdsourcing* é um modelo de produção que utiliza a inteligência e os conhecimentos coletivos de voluntários espalhados pela internet para resolver problemas, criar conteúdo ou desenvolver nova tecnologia.” (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007, p. 11).

“Ainda não aconteceram críticas, quando isso acontece eles usam os canais mais formais, o fale conosco, escrevem e-mails ou usam a caixinha de críticas e sugestões.” (6BU-I).

A maioria das bibliotecas relatou que praticamente não há críticas ou comentários que precisem ser filtrados. Isso mostra que conteúdos agressivos ou inapropriados são exceções. Em função disso, quebra-se o estigma de que, com a utilização das redes sociais, críticas sem fundamentos, ironias e ofensas gratuitas aconteceriam em grandes proporções.

A questão do Quadro 17 foi introduzida como um complemento da pergunta anterior (Quadro 16), para verificar se há também colaboração entre as bibliotecas das coordenadorias.

Quadro 17 – O uso das ferramentas tem contribuído também para que a biblioteca trabalhe coletivamente com outras unidades acadêmicas na oferta de produtos e serviços?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	No caso específico de bibliotecas, ainda não tivemos interação com nenhuma outra unidade acadêmica aqui da universidade; entretanto, realizamos vários trabalhos com outras unidades, exemplos disso são os artigos que foram publicados nas redes sociais. Agora, com a própria universidade não . Somente “retweetamos” notícias.
2BU-E	Não.
3BU-H	Não. A não ser essa coisa informal que a gente faz, olha só o pessoal da biblioteca tal que fez um <i>post</i> interessante, vamos divulgar.
4BU-H	Não. Cada biblioteca está trabalhando no seu contexto individual, tem o sistema de bibliotecas, mas até esse momento cada uma está fazendo sua parte para mostrar como é o seu serviço, seu produto à comunidade.
5BU-I	Não , apesar de conhecermos o perfil de outras bibliotecas nas redes, de termos eles como amigos, por exemplo, no Facebook, não trabalhamos coletivamente.
6BU-I	Sim , principalmente no YouTube, a coordenadoria de bibliotecas elabora tutoriais sobre as ferramentas e todas as bibliotecas podem utilizar esse material, inclusive, a coordenadoria tem um canal no YouTube e todas as bibliotecas podem utilizá-lo.

Fonte: Próprio autor.

As bibliotecas são quase unânimes em dizer que não há um trabalho colaborativo entre elas. Somente o respondente 6BU-I indica que há uma forma de cooperação realizada pela coordenadoria de bibliotecas, por meio da disponibilização de tutoriais que podem ser utilizados por todas as bibliotecas do sistema.

Sobre isso, um dos entrevistados comentou que já sugeriu para a coordenadoria de bibliotecas que realizasse um trabalho em conjunto com as bibliotecas, mas não foi atendido.

“[...] eu já sugeri para a coordenadoria de bibliotecas que se faça uma ação sistêmica, que chame as bibliotecas para uma reunião, para conversar, nem que seja pela internet, eu acho que a gente precisaria disso, pois eu tenho a impressão de que tem muita gente trabalhando com as redes sociais e ninguém se comunica. Eu acho que, ao invés de todo mundo ficar fazendo um post sobre como fazer reserva no banco de dados poderia aproveitar o que a gente sabe fazer e que para outra biblioteca é mais difícil, poderia ser alguma coisa nesse sentido.” (3BU-H).

Não há porque reinventar a roda, se a essência das redes sociais da internet é a colaboração e a cooperação, porque não se utilizar dessas características para o compartilhamento de conteúdos e o trabalho em equipe (da própria biblioteca e entre os profissionais das bibliotecas das coordenadorias).

As redes sociais rompem o procedimento operacional padrão da abordagem hierárquica predominante, porém “incorporar o trabalho em equipe aos serviços de informação nem sempre é fácil. Muitos gerentes aplicam o termo a seu grupo de funcionários apenas de forma nominal.” (VERGUEIRO, 2002, p. 108-9).

Para Safko e Brake (2010, p. 439) “[...] a colaboração é vista como um caminho para um resultado, em vez de um resultado em si. Muitas pessoas pensam na colaboração em termos de um processo a ser gerido e não um conjunto de ferramentas a ser empregado.” Nesse sentido, não se nota, nas bibliotecas, a utilização de ferramentas para promover a colaboração entre os colegas de trabalho.

Seguindo com a análise, a questão do Quadro 18 apresenta quais redes sociais têm mais destaque na disseminação e na produção de informações, sob a óptica dos entrevistados.

Quadro 18 – Quais ferramentas de redes sociais contribuem para a melhoria da qualidade dos serviços e produtos da biblioteca? Como?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Todas são importantíssimas, mas o destaque maior é o Facebook . Eu acho que, com o Facebook, temos um retorno maior de sugestões, de melhorias, de problemas que as pessoas estão encontrando, é bem dinâmico; mas o Twitter também atende muito bem. Conseguimos fazer nosso serviço de referência através das redes sociais, usuários entram e falam: “olha, tenho essa referência e sei mais ou menos o nome dela, do autor e preciso da referência completa” e aí a gente acaba respondendo nas redes sociais, embora a gente tenha o atendimento <i>on-line</i> , às vezes as pessoas preferem as redes sociais ao atendimento <i>on-line</i> .
2BU-E	As duas mais importantes são o Twitter e o Facebook para divulgação de produtos e serviços. Eu achava o Twitter mais eficiente, agora eu estou meio em dúvida, recentemente parece que o Facebook está ganhando força. O como é na divulgação dos serviços, dos produtos e de informes da biblioteca.
3BU-H	Eu acho que o blog se destaca mais, eu tenho essa impressão porque o <i>blog</i> usamos de uma forma bem interessante, ele veio preencher uma lacuna que tínhamos em termos de escrever coisas para o usuário. Como exemplo, os <i>posts</i> de “como fazer” fazem mais sucesso e, assim, mostramos conteúdos que não sabíamos como divulgar para o usuário, e no <i>blog</i> encontramos esse espaço, eu acho que isso é um diferencial.
4BU-H	Eu acho que o Google como mecanismo e ferramenta de rede social é o maior impactador dentro da biblioteca para divulgar os serviços, os trabalhos que já apresentamos em congressos científicos, mais que o Facebook. O como é pela popularidade, pelo reconhecimento na área.
5BU-I	O Facebook contribui mais. O Facebook e o <i>blog</i> permitem o atendimento ao usuário, a divulgação de obras adquiridas e o compartilhamento dessas informações. O Orkut e o Twitter compartilham as informações também e o YouTube é usado para treinamento de usuário, por meio dos vídeos-aula produzidos pela biblioteca.
6BU-I	Eu considero o YouTube e o SlideShare , o YouTube por causa dos tutoriais, que possibilitam aos usuários realizarem, por exemplo, trabalhos acadêmicos melhores, que eles consigam usar uma ferramenta como o EndNote e o SlideShare pelos <i>templates</i> , então são ferramentas que ajudam nesse sentido.

Fonte: Próprio autor.

Três bibliotecas acreditam que o Facebook é a ferramenta que mais contribui para a melhoria da qualidade dos serviços e produtos da biblioteca, o Twitter foi citado duas vezes e o *blog*, o YouTube e o SlideShare uma vez cada um.

Uma das bibliotecas cita o Google como ferramenta de rede social, embora tenham sido dada explicações, a declaração mostra o desconhecimento do respondente.

Alguns exemplos de como se dá essa melhoria é mostrado no Quadro 18 e as razões se concentram na divulgação dos serviços e produtos das bibliotecas, no

compartilhamento de informações, na possibilidade de publicar tutoriais e de realizar o atendimento ao usuário.

Porém, a literatura nos mostra outras formas pelas quais essas ferramentas citadas podem colaborar para a melhoria dos serviços e produtos da biblioteca como apresentado no tópico 2.4 “Bibliotecas universitárias e as ferramentas de rede social da Web”.¹⁰⁵

No Quadro 19 a intenção foi verificar se estão sendo criados novos serviços e produtos para os usuários por causa das redes sociais.

Quadro 19 – A biblioteca desenvolve serviços e produtos específicos para suas ferramentas de redes sociais? Exemplificar.

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Sim , a gente não só cria produtos para colocar nas redes sociais, como também criamos o próprio <i>blog</i> para atender a comunidade do campus e a comunidade leiga. Além do artigo solicitado por um usuário, a gente também disponibiliza tutoriais, divulga os programas de capacitação enfim... O <i>blog</i> da biblioteca tem tutoriais do EndNote, espaço do pós-graduando, as diretrizes de publicação, pesquisas em bases de dados.
2BU-E	Fazemos tutoriais e divulgamos na <i>homepage</i> , no Twitter e no Facebook. No <i>site</i> temos um campo que se chama “notícias”, do Dupral, que também é dinâmico e o que divulgamos no <i>site</i> , relacionado a serviços, produtos e eventos da biblioteca, da faculdade e da universidade, divulgamos também no Facebook e no Twitter.
3BU-H	Temos tutoriais que é algo bem típico de <i>blog</i> , essa coisa de divulgação de segmentos de acervo , mas uma divulgação além da lista de novos materiais, a divulgação de um determinado autor , por exemplo. O meio te permite fazer um tipo de texto que você não faria em outro lugar e é também uma divulgação específica, como no caso do autor. Também tem coisas que a gente só divulga no Facebook, pois ele é o intermediário entre o Twitter e o <i>blog</i> , por exemplo, o departamento, eles têm muitas atividades, mas eles não têm redes sociais, então, eles mandam o conteúdo por <i>e-mail</i> para nós e fazemos a divulgação : coisas simples no Twitter (por exemplo, concerto no dia tal), um texto um pouco maior colocamos no Facebook, divulgamos também contratação de estagiário .
4BU-H	Nós temos tutoriais no nosso <i>site</i> , mas não na ferramenta de rede social.
5BU-I	Nós criamos tutoriais para serviços, pesquisas simples na base, renovar livros, reservar, fazer pedido de EB e colocamos no <i>blog</i> . Outro serviço é o sorteio de livros que nós fizemos no Facebook, que é só para quem utiliza as redes.
6BU-I	A gente tem produtos que só servem para esses usuários, se esses canais não existissem, não teríamos feito, porque não teríamos onde divulgar . No Facebook é mais fotos que publicamos, ou algo como “hoje é dia do bibliotecário”, não tem nada mais assim... é mais notícias mesmo, uma comunicação um pouco mais informal.

Fonte: Próprio autor.

¹⁰⁵ Ver p. 63.

As redes sociais abrem novas possibilidades para que serviços e produtos sejam explicados e divulgados. Fica claro que, antes, na maioria dos casos, isso era impossível de acontecer, pois as ferramentas tradicionais (*e-mail*, *site* oficial etc.) não possuem características que facilitem a publicação de informações.

Somente as bibliotecas que usam *websites* com plataformas dinâmicas, como o Drupal,¹⁰⁶ vinculam os conteúdos disponibilizados no *site* com as redes sociais, pois, nos outros casos, os *websites* são rígidos, estáticos e exigem conhecimentos técnicos avançados para sua utilização.

Por outro lado, nas bibliotecas entrevistadas, não se vê muitas iniciativas de criação de conteúdos inéditos (somente a explicação e a divulgação de conteúdos já existentes). Algumas exceções são as bibliotecas que usam o *chat* do Facebook como um novo serviço, entrevistam professores da faculdade para instruir seus usuários sobre determinados temas e apresentar informações novas, e pesquisam sobre fontes de informação e/ou ferramentas de apoio à pesquisa gratuitas não oferecidas pelas bibliotecas e, assim, proporcionam novas opções ao público.

O exemplo mais usado é a criação de tutoriais que orientam os usuários em suas pesquisas e para o uso das ferramentas, outros conteúdos são: divulgação de segmentos do acervo, do material bibliográfico de um determinado autor, de programas de capacitação dos usuários, de informações gerais e acadêmicas, de informações da biblioteca, da faculdade, da universidade, sorteio de livros, contratação de estagiário etc.

E, normalmente, tudo que é criado, por exemplo, no *blog* é divulgado também no Twitter e no Facebook. Os profissionais responsáveis pelas redes sociais têm o cuidado de compartilhar os conteúdos nas diversas ferramentas de redes sociais.

BLOCO 6

Conhecer os desafios e os benefícios na aplicação e no uso das ferramentas de redes sociais pelas Bibliotecas Universitárias.

¹⁰⁶ É um *framework* popular e um sistema de gerenciamento de conteúdo. Ele permite criar e organizar conteúdo, manipular a aparência, automatizar tarefas administrativas e definir permissões e papéis para usuários e colaboradores. (DRUPAL, 2012).

Por meio dos conteúdos dos Quadros 20, 21 e 22 procurou-se conhecer quais são os desafios e as dificuldades enfrentados pelas bibliotecas e pelos bibliotecários com o uso das redes sociais, e também os benefícios obtidos.

Quadro 20 – Quais são os principais desafios no uso das ferramentas de redes sociais pela biblioteca? Como está pensando em melhorar isso?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	O maior desafio encontrado é o desenvolvimento de políticas de publicação , além disso, tem o acompanhamento diário que demanda tempo e temos um acúmulo grande de trabalho, então fica complicado. Mas o grande problema é o convencimento dos bibliotecários da importância das redes sociais . Estamos tentando agora redigir uma política de publicação, mas não é tão simples assim, porque tem a subjetividade das interpretações.
2BU-E	O desafio principal é manter sempre atualizadas as redes sociais e colocar informações de interesse do usuário . Para melhorar isso, estou pensando em colocar mais uma pessoa , alguém que goste e que realmente tenha interesse em ajudar, mas é preciso ter certo cuidado com o conteúdo divulgado .
3BU-H	O primeiro desafio que vejo é institucionalizar o uso , é claro que é uma atividade da biblioteca, aprovada pela Administração da biblioteca, mas se não fosse a vontade espontânea de algumas pessoas, não teríamos as redes sociais, por isso tem que ser uma atividade obrigatória da biblioteca. Envolver as pessoas e a equipe e fazer essas pessoas, principalmente os bibliotecários, perderem o medo, o bibliotecário tem muito medo das redes sociais , medo de se expor, medo do uso democrático, medo da opinião do usuário, isso é um grande desafio. Outra coisa é saber como avaliar , pois a gente não tem parâmetros. Está valendo a pena o esforço? Parece que está, mas está mesmo? Comparar com o quê? Como é que eu descubro se os usuários estão vindo mais à biblioteca e usando mais seus recursos por conta do uso das redes sociais. O como melhorar isso é complicado, porque justamente é institucionalizar e isso, sozinha, não consigo fazer, teríamos que ter aqui dentro uma política em relação a isso .
4BU-H	O tempo e uma pessoa dedicada para fazer isso , porque atualmente sou eu, mas como eu me dedico a outras funções, não me prendo às redes sociais, esse é o meu objetivo futuramente, ter uma pessoa que possa atualizar e fazer a coleta de dados.
5BU-I	Ao meu ver, é mantê-los atualizados e chamar a atenção do usuário , tem que estar interagindo sempre para que eles não percam o interesse e, para melhorar isso, acho que sempre tem que estar se reciclando , lendo, vendo o que tem de novo, estar buscando a informação que seja importante para eles e estar postando para chamar a atenção. Também sinto falta de mais pessoas na equipe, para ajudar.
6BU-I	O desafio é em relação ao tempo , colocamos outras prioridades em relação à atualização dessas ferramentas e eu acho que tem muitas ferramentas, mas será que vale a pena ter? Essa discussão que acho que precisamos fazer, quais são as ferramentas que a gente realmente precisa ter?

Fonte: Próprio autor.

O Quadro 20 apresenta os principais desafios encontrados pelos profissionais das bibliotecas entrevistadas, são diversos os fatores, mas alguns são mais recorrentes que outros, tais como a falta de tempo e de pessoas para atualizar as redes sociais.

De acordo com Stuart (2010, p. 46), para os bibliotecários que têm um tempo limitado para a atualização das redes sociais, é necessário ser seletivo na escolha das ferramentas. Não se deve criar perfis da biblioteca em várias redes sociais se a manutenção dos mesmos não é compatível como tempo e o esforço disponíveis.

Outro aspecto importante é saber qual conteúdo disponibilizar nas redes sociais para despertar e manter a atenção e o interesse dos usuários e quais ferramentas usar, pois, como alerta o entrevistado 6BU-I, existem muitas redes sociais atualmente:

“Teve uma época que o Formspring¹⁰⁷ foi bem divulgado e agora sumiu, então, saber quais ferramentas são úteis e devem ser constantemente atualizadas é o maior desafio [...]”

A escolha das redes sociais depende de alguns fatores: conteúdo a ser postado, característica da comunidade que se pretende atingir, tempo disponível para atualizar a ferramenta etc.

Com relação ao conteúdo, de acordo com Gelfand e Lin (2012, p. 20), as informações existentes nas redes sociais se enquadram em duas categorias: informações estáticas e conteúdos ativos. As informações estáticas são um complemento ao *site* tradicional da biblioteca, apresentam informações como horário de funcionamento, localização etc. É uma comunicação de mão única. Já os conteúdos ativos propiciam um diálogo entre a biblioteca e seus usuários, uma comunicação de mão dupla.

As bibliotecas precisam fornecer a seus usuários, principalmente, conteúdos ativos, pois esse é o grande diferencial das redes sociais em relação a outras formas de comunicação.

O medo, a falta de envolvimento e de consciência dos bibliotecários sobre a importância das redes sociais também são citados pelos entrevistados, além da problemática da linguagem (o “como” se comunicar com os usuários é, ainda, uma

¹⁰⁷ Formspring é uma rede social que permite aos usuários receber perguntas de outros usuários ou de pessoas não cadastradas. As perguntas são enviadas para a caixa de entrada, de onde o usuário pode escolher entre respondê-las ou excluí-las. Todas as respostas são armazenadas no perfil do usuário, onde qualquer um pode vê-las. (FORMSPRING, 2012).

incerteza para algumas bibliotecas), pois há bibliotecas envolvidas com temas polêmicos (por exemplo, o uso de animais para testes de laboratório), há o problema da subjetividade na interpretação dos conteúdos e incertezas na forma de se expressar (qual linguagem usar: formal ou informal?).

Para Stuart (2010, p. 47), é uma dificuldade para as bibliotecas encontrar o equilíbrio entre a linguagem institucional e a linguagem mais pessoal.

Um caso interessante foi relatado pelo entrevistado 3BU-H:

“Outro dia foi ‘tweetado’ algo do gênero ‘chegou uma porrada de DVDs novos’ e o gestor ligou e perguntou o que era o termo ‘porrada’ e pediu para tirar. Eu nunca usaria ‘porrada’ num Twitter institucional, mas de repente, para os usuários, dizer ‘uma porrada de DVDs novos’ é normal. Também, as pessoas começam a fazer isso e perdem o parâmetro, em outro dia, alguém pode soltar um palavrão, você pode ofender um usuário.” (3BU-H).

O público que acessa as redes sociais é amplo, uma expressão de linguagem não formal, como exemplificado acima, pode ser natural para uma parcela dos usuários, mas talvez ofenda quem não está acostumado com esse estilo.

Envolver e convencer as pessoas da equipe, principalmente os bibliotecários, a participar das redes sociais da biblioteca está relacionado à postura profissional e ao comprometimento organizacional ou a falta dele. Segundo Mowday, Steers e Porter (1979, p. 226), “comprometimento é uma relação forte entre um indivíduo identificado com e envolvido numa organização em particular.”

Um funcionário comprometido é um funcionário que acredita e compartilha a cultura da empresa, dedicando esforços para que a missão e os objetivos da biblioteca sejam alcançados.

Como já comentado no conteúdo do Quadro 10,¹⁰⁸ há uma dificuldade em analisar se as redes sociais estão dando realmente certo, pois ainda falta parâmetros de avaliação, de comparação etc., e sem esses dados fica difícil saber o impacto real das redes sociais sobre os usuários.

É preciso lembrar a necessidade de se institucionalizar a utilização das redes sociais e, para isso, é indicada uma política de uso e a oficialização pelas coordenadorias das bibliotecas da adoção das ferramentas como parte dos serviços e produtos das bibliotecas.

¹⁰⁸ Ver p. 114-116.

São muitos os desafios enfrentados pelas bibliotecas que estão utilizando as redes sociais, porém algumas soluções estão sendo tomadas ou sugeridas, tais como: a criação de uma política de publicação que norteie os conteúdos postados; a captação de mais pessoas da equipe para colaborar com a atualização das ferramentas; a aprendizagem continuada do profissional responsável pelas redes sociais e, como já mencionado, a institucionalização do uso das ferramentas.

De forma semelhante ao Quadro 20, foi investigado com os gestores das bibliotecas quais são as principais dificuldades para a implementação bem-sucedida das ferramentas de redes sociais.

Quadro 21 – Quais as dificuldades, em suas atividades como gestor(a), para a implementação bem-sucedida das ferramentas de redes sociais?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Profissional capacitado , a subjetividade dos assuntos a serem postados e o tempo hábil para acompanhar o desenvolvimento.
2BU-E	Falta algo mais profissional , ler e estudar artigos sobre o tema para aplicarmos, mas não houve interesse da equipe.
3BU-H	Dificuldade para gerenciar os conteúdos . Há também o problema do conteúdo que vai para o <i>blog</i> que fica obsoleto e as pessoas vão consultar e está desatualizada. A desatualização das coisas é um problema sério. O problema de indicarem livros pelo Facebook, mas não sabermos se é alguém vinculado à faculdade , pois o usuário não se identifica. Também é importante saber quem é meu usuário na rede social , para quem é que eu posto. É preciso saber quem é meu segmento nas redes sociais, pois a rede social é segmentada, apesar de dizerem que não é, ela não é para todo mundo. Precisamos ouvir nosso usuário . Outra dificuldade é que preciso de uma pessoa para ajudar , o funcionário se compromete, mas ninguém dá conta. Criar é fácil, o duro é alimentar . E não é só postar coisas, é o <i>feedback</i> das pessoas.
4BU-H	Falta de pessoas para cuidar dessa área específica.
5BU-I	Uma delas é a falta de mais colaboradores e também a minha limitação .
6BU-I	Não temos dificuldade , porque temos um técnico de informática no nosso quadro, então contamos com esse profissional que nos dá toda a infraestrutura. Outro fator positivo é que contratamos agora quatro bibliotecários novos, dessa Geração Y, que tem toda essa vontade de se inserir nessas mídias e isso tem facilitado bastante.

Fonte: Próprio autor.

Segundo os gestores entrevistados as maiores dificuldades, semelhante ao que já foi falado no Quadro 20, diz respeito à falta recursos humanos, de profissional capacitado, de comprometimento da equipe, além do tempo para acompanhar as ferramentas, e a subjetividade dos assuntos a serem postados, como explica o gestor 1BU-B:

“Como gestor fica muito difícil conseguir acompanhar o que está sendo feito, porque existe uma subjetividade e as pessoas às vezes interpretam as coisas de uma maneira diferente e, por exemplo, se nós postarmos um conteúdo polêmico das áreas da faculdade, a gente vai para a Terceira Guerra Mundial então, na verdade, o profissional que atua com isso, ele tem que, além de ter um bom discernimento, conhecer o que está acontecendo na área e tomar muito cuidado com o que publica. Você tem os mais jovens que têm perfil para isso e tudo bem que você tem que usar uma linguagem acessível, mas não pode ser ‘e aí mano’ por ser institucional também.”

Retomando o tema da linguagem (formal versus informal), um estudo que analisou o uso do Twitter em bibliotecas públicas e universitárias norte-americanas traz dados interessantes: a maioria dos *tweets* postados por bibliotecas acadêmicas utiliza a linguagem formal, enquanto a linguagem informal é predominante nos *tweets* das bibliotecas públicas. (AHARONY, 2010, p. 340).

Isso mostra que o ambiente institucional e o público-alvo influenciam o estilo de linguagem adotado pelas bibliotecas. Aharony (2010, p. 345) comenta ainda que as BUs fazem parte de um ambiente educativo respeitável, por isso não é adequado usar uma linguagem muito informal em seus *tweets*.

Verifica-se, também, uma preocupação com opiniões particulares (de funcionários e de seguidores) sendo postadas nas redes sociais da biblioteca, conforme aponta o entrevistado 3BU-H:

“Dificuldade em gerenciar conteúdos que amigos dos funcionários da biblioteca escrevem nas nossas redes sociais e que são de caráter pessoal, uma coisa é eu expressar uma ideia no meu Facebook, outra coisa é eu falar por todos da biblioteca, mistura do pessoal com o profissional, problemas com assuntos relacionados à biblioteca, mas que não eram da biblioteca, mas conteúdos de pessoas que a seguem [...] Agora quando vai para o Twitter ou para o Facebook uma ideia de uma pessoa vinculada, que se vincula como bibliotecário ou técnico ou funcionário da faculdade e posta no Face aquela ideia se fazendo entender como ideia da instituição é problemático.”

A gestão de conteúdos se torna mais complexa nas redes sociais, pois o recurso permite a manifestação pública de qualquer seguidor. Porém, com relação aos responsáveis pelas redes sociais das bibliotecas, é importante que entendam que estão falando em nome da instituição.

Outro item apontado é o reconhecimento do gestor 5BU-I, de sua limitação com o tema e a necessidade de atualização:

“[...] estou limitado nesse conhecimento ou por falta de tempo para conhecer as redes, por isso eu acabo não colaborando nem um pouco, a não ser através da minha cobrança com a equipe, no estímulo e na divulgação, mas eu gostaria de participar mais.”

Diante dos avanços tecnológicos, grandes mudanças e inovações vêm ocorrendo na área da comunicação, informação e documentação.

Nesse cenário, o bibliotecário precisa buscar alternativas para ampliar suas competências e qualificações, a fim de manter-se atualizado. Para isso existe a educação continuada, que pode ser definida como

[...] atividades formais e informais de aprendizagem, através das quais os indivíduos elevam seus conhecimentos, atitudes e competências. Essas atividades são iniciadas pelo próprio indivíduo, que vem a ser seu principal responsável. Em suma, a educação continuada é aquela que se faz ao longo da vida, para propiciar a atualização e prevenir a obsolescência profissional. (STONE apud ZANAGA, 1989, p. 56).

Além do mais, as próprias ferramentas de redes sociais podem oferecer conteúdos que auxiliem na atualização dos bibliotecários, pois estão repletas de tutoriais e conteúdos que servem a esses propósitos.

É imperativo que os gestores desenvolvam competências emergentes para acompanhar os avanços tecnológicos constantes e, assim, alcançar com eficiência os objetivos a que cada biblioteca se propõe. (ARAÚJO, I., 2012, p. 104).

Por já estarem habituadas às tecnologias digitais, a Geração Y parece ter um perfil adaptado às competências emergentes, por isso a presença de profissionais dessa geração na equipe é um fator relevante para as iniciativas de uso das redes sociais, segundo o gestor 6BU-I. Inclusive, esse gestor é o único a dizer que não encontra dificuldades na implantação das redes sociais, pois além dos profissionais advindos da Geração Y em seu plantel, ele cita o suporte de um profissional da área de informática como razões para isso.

Quadro 22 – Na sua opinião, quais são os benefícios quanto ao uso das ferramentas de redes sociais para a sua biblioteca? E com relação às bibliotecas universitárias em geral?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Na verdade o que a gente mais vê é que ela possibilita uma maior interação da biblioteca com o usuário , para nós essa é a grande sacada das redes sociais, é que você interage mais com o seu usuário, a gente tem que buscar formas de interagir com todos: a comunidade mais conservadora e a comunidade não tão conservadora. Então, torna a relação mais dinâmica, atraindo novos usuários .
2BU-E	É a divulgação mesmo e a abrangência que a notícia divulgada ali alcança e a relação de nos deixar mais próximo do usuário .
3BU-H	Você expande seu público para pessoas que talvez nunca viessem à biblioteca, mas que descobrem você e podem eventualmente achar legal, a julgar pelos comentários que fazem, não é mais só aquele usuário daqui e aquele usuário formal, aquele para quem você pode emprestar o livro e fazer um levantamento bibliográfico, não, é aquele usuário que de repente percebeu que essa biblioteca divulga eventos interessantes que estão acontecendo na universidade, que dá dicas do que ler. Possibilita o contato mais informal , descobrir, às vezes, o que as pessoas estão pensando, embora seja difícil aferir com certeza, mas acho que é um jeito, eu vejo isso como um benefício, uma forma de divulgarmos também a produção dos professores, as coisas que a gente faz Com relação às BUs em geral, algumas bibliotecas têm uma vantagem em relação a outras, uma área que interessa um público mais amplo e assim pode atingir um público maior, outras bibliotecas, dependendo da área, talvez nem tanto, o interesse é mais para aquele especialista, mas mesmo assim atinge um público interessado naquela especialidade. Também faz as pessoas verem a universidade de uma forma diferente, ajuda a divulgar conceitos da área, trabalhos de especialistas de uma forma que, de repente, pode interessar as pessoas que têm até pouca informação acadêmica, que imagina que a universidade é uma coisa isolada da sociedade, muito de elite e aí a biblioteca tem Twitter, acho que ajuda um pouco a quebrar essa distância da BU em relação à população, acho que isso, se for bem trabalhado, pode ser interessante, é uma vantagem muito grande.
4BU-H	Eu acho que o marketing é o principal motivo para você divulgar em redes sociais sua biblioteca, e também em relação às bibliotecas brasileiras universitárias em geral.
5BU-I	Para mim o maior benefício é fazer com que aquela informação que eu quero transmitir atinga o maior número de usuários em um curto espaço de tempo , o que antes não acontecia. E para todas as bibliotecas é essa possibilidade de interação da biblioteca com o usuário, o contato informal .
6BU-I	O benefício é você ampliar a quantidade de serviços que a biblioteca oferece , com tutoriais, com exemplos, então você pode realmente ampliar o acesso à biblioteca, não só <i>in loco</i> , mas também usando as ferramentas, então acho que isso é essencial para as BUs, principalmente porque os usuários estão nas redes sociais, eles circulam por essas redes, então se a biblioteca quer atingir os usuários , a comunidade acadêmica, ela também precisa estar inserida nesse contexto.

Fonte: Próprio autor.

Todos os entrevistados acreditam que as ferramentas de redes sociais trazem benefícios para as suas bibliotecas e as BUs em geral.

Um dos entrevistados levanta uma nova perspectiva para as BUs ao abordar a questão da expansão de seu público. Hoje, mesmo sem intenção, as BUs atendem a um público mais amplo já que as redes sociais estão acessíveis a todos que possuem acesso à internet. Ao postar um tutorial sobre o Mendeley¹⁰⁹ no *blog*, a biblioteca está auxiliando não somente seu público-alvo, mas todos que têm interesse nesse *software*.

Conforme explica Morigi e Souto (2005), a comunidade de usuários não se restringe somente ao espaço físico onde a biblioteca está inserida, como bairros e universidades, ela é formada por qualquer pessoa no mundo que tenha acesso à internet.

Isso acontece porque, na sociedade atual, “os indivíduos se unem em torno de redes sociais que os fazem interagir com os pares, onde quer que estejam, o que significa a ruptura inexorável das fronteiras espaciais e temporais [...]” (FERREIRA, Sueli, 2012, p. 11).

Nesse sentido, ressalta-se que as redes sociais contribuem para aproximar as bibliotecas da sociedade, quebrando a imagem de algo inacessível para grande parcela da população brasileira. Pode-se dizer que as BUs abrem suas portas para outros públicos por meio das redes sociais.

Por outro lado, as BUs também atingem seus usuários remotos, pois, segundo Gelfand e Lin (2012, p. 20), um dos objetivos das bibliotecas em redes sociais como Facebook, Twitter e Google+ é a capacidade de alcançar os usuários que nunca frequentaram a biblioteca.

No entanto, não se deve pensar somente em trazer o usuário ao espaço físico; se ele consulta os tutoriais do *blog* da biblioteca e isso o ajuda, de certa forma, o atendimento está sendo realizado. A biblioteca passa a ter importância na vida acadêmica do usuário, independentemente de sua presença física na biblioteca.

Outros benefícios citados pelos respondentes são: maior interação e proximidade entre a biblioteca e os usuários; proporciona um contato mais informal;

¹⁰⁹ Software acadêmico gratuito para gerir, partilhar, anotar, referenciar e citar artigos científicos e textos diversos. Além disso, funciona como uma rede social na qual podem ser criados grupos de pesquisas sobre temas de interesse, descobrir tendências de pesquisa, interagir com os pares e ligar-se a outros pesquisadores. Fonte: <<http://www.mendeley.com/>>.

atinge um número maior de usuários; permite a divulgação de informações, serviços e produtos com um alcance maior e amplia a quantidade de serviços oferecidos.

Embora não fosse objetivo deste trabalho, durante o desenrolar da pesquisa e da coleta dos dados, se realçou a questão do papel do bibliotecário e, nesse sentido, abriu-se um tópico (Quadro 23) em que se indagou a opinião dos entrevistados sobre a questão.

Quadro 23 – Como você vê o papel do bibliotecário diante desse cenário?

BIBLIOTECAS	RESPOSTAS
1BU-B	Ainda há resistência por parte das equipes bibliotecárias com relação às redes sociais, porém esse panorama está se alterando com a nova geração de profissionais que estão inseridos no mercado, cabe aos cursos de Biblioteconomia e Ciência da Informação também alterarem suas grades curriculares e adaptarem um novo profissional para essas novas tecnologias , pois a gente percebe que os cursos de Biblioteconomia ainda não atentam tanto a isso e há uma enorme carência, e não só por conta de redes sociais, mas por conta de toda a tecnologia, a gente ainda percebe que tem poucos profissionais que atuam nessa área e, hoje, se você não tiver um perfil tecnológico... Eu acho que os cursos deveriam focar um pouco mais nessa área de tecnologia.
2BU-E	O bibliotecário tem que saber aproveitar essas ferramentas, explorar o potencial delas , porque é um contato importante com o usuário, então é imprescindível que o bibliotecário as use.
3BU-H	Estamos fazendo nosso papel, que é o de procurar informação, selecionar, analisar e divulgar a informação , aí nas redes sociais a gente vai analisar no sentido de “eu não vou divulgar um artigo que não verifiquei, preciso ver o que é isso, se eu acho que é possível divulgar, vou divulgar, alguém procurou, alguém selecionou e resolveu divulgar”, isso é papel de bibliotecário e papel da biblioteca.
4BU-H	É importantíssimo ele estar se atualizando para buscar esses caminhos de divulgar a biblioteca. Como gerente, eu acho que a atualização do bibliotecário deve ser constante , pois a informação muda constantemente e você não pode ficar desatualizado.
5BU-I	É importantíssimo, ou você entra nesse mundo das linguagens dos jovens ou você fica para trás . A biblioteca não é mais aquele espaço em que você vem, pega o livro e vai embora, não é só mais isso, o meio de comunicação da informação, hoje, tem que ser rápido, ligeiro, não pode mais ficar no fim de semana esperando o feriado para você ter a informação, então, o papel do bibliotecário, hoje, é esse, ele tem que entrar no meio, não dá para ficar fora.
6BU-I	Ele precisa conhecer as redes sociais, isso é indispensável , qual a potencialidade das redes para o fazer do bibliotecário? Para as tarefas do bibliotecário com os usuários? É importantíssimo conhecer as funcionalidades para ajudar.

Fonte: Próprio autor.

Os entrevistados de duas bibliotecas (2BU-E e 5BU-I) adotam o mesmo discurso, que é papel do bibliotecário aproveitar e explorar o potencial das redes

sociais, ele não pode ficar alheio aos novos recursos tecnológicos e às novas linguagens da Geração Y, para não perder espaço de atuação e nem perder usuários.

Nessa mesma linha, outros dois entrevistados (4BU-H e 6BU-I) acreditam que a atualização do bibliotecário deve ser constante, pois é indispensável, no cenário atual, conhecer as redes sociais.

Segundo I. Araújo (2012, p. 108-16), dentre as competências essenciais e emergentes do profissional da informação está gerenciar mídias sociais, tais como *blog*, Twitter etc. Além disso, competência como “domínio de recurso tecnológico” é sequencial e dinâmica em todo processo, tanto no cenário atual quanto no futuro.

O parecer CNE/CES n. 492/2001, da Lei de Diretrizes e Bases do Ministério da Educação – MEC, descreve as habilidades específicas que competem ao bibliotecário:

- interagir e agregar valor aos processos de geração, transferência e uso da informação, em todo e qualquer ambiente;
- criticar, investigar, propor, planejar, executar e avaliar recursos e produtos de informação;
- trabalhar com fontes de informação de qualquer natureza;
- processar a informação registrada em diferentes tipos de suporte, mediante a aplicação de conhecimentos teóricos e práticos de coleta, processamento, armazenamento e difusão da informação;
- realizar pesquisas relativas a produtos, processamento, transferência e uso da informação. (MOTA; OLIVEIRA, 2008 p. 104).

As habilidades indicadas pelo MEC, o estudo de I. Araújo (2012) e as opiniões dos entrevistados nos conduzem ao mesmo ponto, a gestão e o uso das TICs, que incluem as redes sociais, são competências necessárias ao bibliotecário no contexto atual.

Outro aspecto abordado foi a resistência dos bibliotecários com relação ao uso das redes sociais. No entanto, o entrevistado 1BU-B, exclui os profissionais da nova geração dessa posição, apesar de criticar os cursos de Biblioteconomia e Ciência da Informação por não adaptarem seus currículos a um novo contexto tecnológico.

Como a mídia social ainda é um conceito relativamente novo, algumas bibliotecas e bibliotecários são resistentes à ideia de que as redes sociais podem ter finalidade acadêmica. (DICKSON; HOLLEY, 2010).

Porém, se pensarmos que as bibliotecas têm que aprimorar suas atividades, cada vez mais, sob o ponto de vista de seus usuários (que estão utilizando as redes sociais), assumir uma postura proativa pode significar novas possibilidades de comunicação/atendimento e melhoria da qualidade dos serviços e produtos.

Com relação aos cursos de Biblioteconomia e Ciência da Informação o “bibliotecário deve agregar aos conhecimentos adquiridos no curso de graduação vários outros, que devem ser buscados em outros cursos e campos do conhecimento, à medida que os desafios e/ou dificuldades forem surgindo.” (ARAÚJO; DIAS, 2008, p. 121).

Para o entrevistado 3BU-H, por meio das redes sociais, o bibliotecário está fazendo seu papel, que é o de procurar, selecionar, analisar e divulgar as informações.

No cenário atual, o papel do bibliotecário está atrelado às TICs, não há como ficar indiferente a isso, é um novo contexto que lhes exige não só conhecimentos especializados, mas também conhecimentos e habilidades no uso de tecnologias.

Com as TICs ocorrem modificações no trabalho do bibliotecário, principalmente, de natureza instrumental, ou seja, deve-se aprender a utilizar as tecnologias existentes e, a partir desse momento, podem-se criar novos produtos e serviços de informação, colocando, assim, os usuários de bibliotecas em contato real com a sociedade de informação.¹¹⁰ (ARAÚJO; DIAS, 2008, p. 119).

É importante ressaltar que o bibliotecário trabalha com a informação registrada em suportes (ainda que esta se apresente no formato digital) e tem como um dos seus papéis a mediação entre a informação e o usuário.

Porém, atualmente, além de mediar os estoques de informação para sua recuperação, pode-se dizer que o papel atual do bibliotecário é, também, o de mediar o processo de geração do conhecimento. Dessa forma, as redes sociais na internet – como ambientes coletivos digitais autônomos de produtores e consumidores de informação – representam um ambiente técnico que introduz esse novo papel aos bibliotecários.

¹¹⁰ O termo “sociedade de informação” é definido como “a etapa do desenvolvimento da sociedade que se caracteriza pela abundância de informação organizada. O espaço de produção dessa sociedade não é mais o da fábrica ou o do escritório, mas o conjunto de meios, que é, antes de tudo, um conjunto de informações, mais especificamente, de informações científicas, tecnológicas, comerciais, financeiras e culturais, difundida de forma rápida e interativa. [...] As bases materiais sobre as quais a sociedade de informação se estrutura convergem para um só ponto – Novas Tecnologias de Informação.” (ARAÚJO; DIAS, 2008, p. 113,117).

A incorporação das TICs nos ambientes das bibliotecas nos conduz a uma nova BU, a qual, conforme Sueli Ferreira (2012, p. 11) explica, “mais do que um espaço que armazena livros e outros materiais, é, agora, uma instância onde ideias são compartilhadas e a aprendizagem é fomentada, bem como novos conhecimentos são produzidos.”

Atuar nesse contexto exige uma postura criativa, de renovação constante e de disposição para enfrentar desafios diários. Desafios estes que têm assustado muitos bibliotecários. Porém, as possibilidades de crescimento e de renovação profissionais são imensas. Então, o momento é o de “colocar a mão na massa”, pois essa é a postura que garantirá espaço social e profissional na sociedade do presente e do futuro. (ARAÚJO; DIAS, 2008).

Ao final da entrevista, perguntou-se aos entrevistados se gostariam de destacar algo mais sobre o tema, a maioria enfatizou os conteúdos já abordados nas questões, tais como a necessidade de as BUs utilizarem as redes sociais, porém, alguns comentários apresentarem opiniões interessantes e que valem a pena ser destacados:

“Embora as redes sociais sejam um produto de grande importância para as bibliotecas, muitas barreiras ainda precisam ser transpostas em virtude do perfil tradicionalista que ainda domina o mercado e as BUs. [...] A falta do conhecimento específico na área de atuação dos usuários também é uma grande dificuldade para a seleção e disponibilização de conteúdos [...]” (1BU-B).

“[...] se está circulando informação nas redes sociais é ali que a gente tem que estar [...] O que me assusta é o conservadorismo da profissão não só no sentido político, mas de não se ligar no novo, eu não sou uma pessoa super tecnológica, mas você faz um esforço, porque senão a biblioteca morre. E eu estou cada vez mais convencida de que a profissão vai morrer, infelizmente vai e esse é um dos fatores, o conservadorismo, o medo e a passividade do profissional [...]” (3BU-H).

A falta de conhecimento específico do bibliotecário é um problema identificado que ainda não tinha sido abordado na análise, mas que é pertinente aos objetivos da pesquisa, pois dificulta a disseminação de conteúdos das áreas abarcadas pela biblioteca nas redes sociais.

Sobre isso, Sousa (2009, p. 79) comenta que a formação de graduação do bibliotecário “não lhe possibilita espaços de aprendizagem para acompanhar

pesquisas mais específicas nas diversas áreas do conhecimento em que possa atuar.”

É uma pretensão imaginar que o bibliotecário possa ter os mesmos conhecimentos específicos de seus usuários sem possuir formação na área, porém, ele pode trabalhar como um facilitador, apresentando fontes e ferramentas de informação existentes na biblioteca e *on-line*, para que o usuário fique, exclusivamente, focado no conteúdo de sua pesquisa.

Os limites da BU devem necessariamente expandir-se para além dos seus aspectos físicos, daí a necessidade de os profissionais bibliotecários investirem esforços na disponibilização de novos serviços que atendam o seu usuário naquilo que é, de fato, importante para sua vida acadêmica. Assim, além do acervo, há que oferecer orientação para suas atividades de pesquisa estimulando-o a explorar o acervo e não apenas a emprestar itens [...] Através de programas de disseminação o bibliotecário precisará conquistar os usuários e também não-usuários com propostas atrativas que chamem a atenção desse público [...] através da criação de *links*, *blogs*, *chats* e portais, ou seja, instrumentos que chamem a atenção do público cada vez mais informatizado e que não quer perder tempo em programas de treinamento, que por vezes consideram cansativos e aborrecidos. (SOUSA, 2009, p. 79-80).

Os dois entrevistados alertam para o fato de o bibliotecário e as bibliotecas terem um perfil tradicionalista, conservador e passivo, e isso faz com que muitos desafios ainda precisem ser vencidos. A postura do bibliotecário precisa mudar, bem como sua forma de gerenciar as bibliotecas, para que ambos continuem a existir e a ter um papel fundamental no apoio ao ensino, à pesquisa e à extensão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 Considerações

Atualmente, o usuário tem, cada vez mais, acesso via internet aos recursos informacionais, o que lhe proporciona autonomia em relação aos acervos tradicionais disponíveis nas BUs. Diante dessa nova configuração, a biblioteca precisa se reinventar, se não quiser tornar-se um espaço inerte, com a única função de preservação da memória física da humanidade.

Por sua vez, tem-se o advento de uma nova geração de usuários, popularmente conhecida como Geração Y, que usam uma variedade de dispositivos tecnológicos e redes sociais para se informarem, se comunicarem e se socializarem. São novas ferramentas, atitudes, comportamentos e mentalidades que trazem outros parâmetros de atuação para as bibliotecas.

Nesse cenário, a hipótese do presente trabalho aponta para a necessidade de as BUs adotarem as redes sociais como um novo canal de comunicação com seu público, e vice-versa, bem como uma possibilidade de aprimorar e oferecer novos serviços e produtos.

A pesquisa identificou que 49,5% das bibliotecas da UNESP, UNICAMP e USP possuem redes sociais, desse percentual, reconhece-se que as principais ferramentas utilizadas são o Facebook, o Twitter e o *blog*. Cumpre destacar que o principal motivo da escolha dessas ferramentas é a sua popularidade.

Apenas uma biblioteca realizou estudo de usuário para a escolha das redes sociais. Isso nos mostra que não há uma relação das ferramentas adotadas nas BUs com serviços bibliotecários que demarquem as expectativas dos usuários.

A razão que levou as BUs a usarem as redes sociais se concentra nos seguintes tópicos: divulgação de informações, serviços e produtos da biblioteca; criação de um novo meio de comunicação com seus usuários; a possibilidade de um contato mais informal com o público para, assim, atingir e se aproximar da nova geração (denominada Geração Y). Verifica-se que não há uma política por parte das coordenadorias de bibliotecas, nem um planejamento estratégico das BUs, para a implantação e o uso das redes sociais.

Apesar disso, a maioria das BUs acredita que os objetivos propostos com a utilização das redes sociais estão sendo alcançados. Para atestar e validar isso, as BUs utilizam como parâmetro a quantidade de seguidores, de visualizações, de “*retweeteds*”, de elogios, de contatos e sugestões etc. Porém, há relatos que indicam preocupação com a forma a que se chegou a essa conclusão. Sente-se a falta de uma medição mais precisa e de parâmetros baseados em estudos consolidados.

Na Figura 8 apresenta-se uma síntese dos principais desafios e benefícios observados e relatados pelos entrevistados, na aplicação das redes sociais, em relação às BUs e a seus profissionais.

Figura 8 – Desafios e benefícios na aplicação das redes sociais nas BUs

Desafios	Benefícios
<ul style="list-style-type: none"> • INFRAESTRUTURA: • preocupação com a segurança da rede. • RECURSOS HUMANOS: • Dificuldade para encontrar pessoas na equipe com perfil e qualificação para implantar as redes sociais; • Falta de atualização profissional; • Falta de comprometimento; • Falta de pessoas para a atualização das redes sociais; • Relutância dos gestores em usar as redes sociais e compartilhar informações; • Superar o medo do bibliotecário com as redes sociais. • PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO • Como avaliar/mensurar o sucesso das redes sociais; • Desenvolvimento de uma política de publicação; • Falta de tempo para gerenciar e manter atualizadas as redes sociais; • Falta de um trabalho colaborativo entre as bibliotecas; • Falta de uma política e de um planejamento estratégico para a implantação e utilização das redes sociais; • Institucionalizar o uso; • Quais ferramentas adotar? • CONTEÚDO • Desatualização dos conteúdos já postados; • Publicar informações interessantes para o usuário (qual conteúdo disponibilizar?); • Qual linguagem utilizar: formal ou informal? • Subjetividade dos assuntos. • USUÁRIOS • Consultar os usuários; • Dificuldade em elaborar uma estratégia de atração dos usuários para as redes sociais; • Dificuldade para identificar quem são meus usuários nas redes sociais; • Manter a atenção do usuário; • Não saber se o usuário é vinculado a faculdade; • Pouca interação e colaboração dos usuários com as redes sociais 	<ul style="list-style-type: none"> • BIBLIOTECA • Amplia o acesso à BU; • Aproxima a BU da sociedade; • Atrai novos usuários; • Expande seu público; • Marketing; • Possibilita que a BU continue viva, não desapareça; • Todas as seções da BU podem ter contato com o usuário. • COMUNICAÇÃO • Comunicação menos burocrática; • Contato mais informal; • Novo meio de comunicação entre os usuários e a biblioteca; • Possibilidade de interação com o usuário; • Proximidade com o usuário; • Relação mais dinâmica; • Usar as ferramentas e a comunicação que os usuários estão usando. • DIVULGAÇÃO • A informação atinge mais usuários em um curto espaço de tempo; • Possibilita a divulgação de serviços e produtos. • SERVIÇOS E PRODUTOS • Amplia a quantidade de serviços; • Criação de conteúdos novos antes impossíveis de serem feitos sem as redes sociais para divulgá-los; • Elaboração de tutoriais; • Possibilita atender as demandas dos usuários.

Fonte: Próprio autor.

Nota: Conteúdo extraído do Gráfico 2, dos Quadros 18, 19 e 20 e de depoimentos presentes no capítulo 4 “Apresentação, análise e interpretação dos dados”.

Verifica-se que os desafios encontrados pelas BUs são numerosos, o que é natural para uma ferramenta em que a utilização ainda é recente. Em geral, a implantação das redes sociais nas BUs consultadas concentra-se nos anos de 2010 e 2011, o que requer um aprendizado baseado nos erros e acertos decorrentes de seu uso. Por isso, é natural haver mais desafios a se enfrentar, do que acertos a serem apresentados.

Além disso, a mudança é sempre difícil, toda novidade traz consigo incertezas, dificuldades, inseguranças etc. Ainda mais quando, na área, não há diretrizes ou estudos sobre o tema para se basear, mas cabe ao bibliotecário explorar o potencial de ferramentas que estão a seu dispor e de seus usuários.

A atualização do bibliotecário assume vital importância nesses novos tempos em que as TICs evoluem grandemente. São necessárias novas competências e uma postura inovadora para explorar as possibilidades proporcionadas pelas redes sociais e que sejam úteis para o perfil da biblioteca.

Percebe-se que as redes sociais possibilitam novas formas de divulgação de informações, serviços e produtos para as bibliotecas, bem como de capacitação para seus usuários, por meio de tutoriais elaborados para esse fim. Hoje, conteúdos são pensados e concebidos nas bibliotecas somente porque há as redes sociais para a sua disponibilização. Isso resulta em inovações e agrega valor aos processos já existentes.

Nesse sentido, as redes sociais contribuem, efetivamente, para a melhoria da qualidade na prestação de serviços, ofertas de produtos e no atendimento ao usuário.

Com relação à comunicação com os usuários, verifica-se que as redes sociais permitem uma linguagem informal e dinâmica, propiciando um relacionamento mais pessoal, e abrem novos canais para comentários, sugestões, dúvidas, críticas, elogios etc.

No entanto, percebe-se que, em geral, as redes sociais são usadas como uma ferramenta estática de comunicação. E redes sociais, sobretudo, na internet, é troca, interação, participação, é muito mais do que uma simples ferramenta de comunicação de via única. Dessa forma, é importante que os bibliotecários responsáveis pelas redes sociais de suas instituições conheçam os princípios e fundamentos que norteiam essas redes visando seu uso consciente.

O estudo indica, ainda, que há uma distância entre o modelo conceitual de rede social e a sua usabilidade pelas BUs. As redes sociais não se caracterizam apenas como espaços de divulgação e comunicação, e sim como espaços de participação, colaboração e interação, em que os usuários discutem ideias, produzem conteúdos e trocam conhecimentos coletivamente. Algo ainda pouco explorado pelas BUs consultadas.

Ressalta-se que o grau de envolvimento que os usuários desejam, ou desejarão, ter com as BUs por meio das redes sociais dependerá do que é oferecido como conteúdo e interação, mas também do próprio usuário, que é livre para escolher atuar ou não no ambiente colaborativo propiciado pela *Web*. Assim, a BU precisa manter um diálogo constante com seu público, a fim de identificar suas necessidades, expectativas, sugestões, frustrações e anseios, enfim, é necessário conhecê-lo.

Os resultados obtidos por meio das entrevistas revelam que as BUs estão, ainda, em um estágio de experimentação com relação à utilização das redes sociais, já que os entrevistados afirmam a importância dessas ferramentas para as suas bibliotecas, acreditam nelas, mas, ao mesmo tempo, apresentam incertezas e inseguranças quanto ao próprio uso que está sendo feito por eles.

Existe uma realidade (de forma parcial, as BUs estão utilizando as redes sociais), existe o recurso (as ferramentas de redes sociais), mas quando se olha para a realidade do universo das BUs estudadas, a utilização das ferramentas ainda é muito tímida. Falta um maior envolvimento do bibliotecário com elas: conhecê-las, explorá-las, entendê-las, se fundamentar e se certificar da viabilidade desses recursos e, principalmente, estudar o seu público. O suporte mudou, mas os problemas continuam os mesmos (ausência de estudos de usuário, de avaliação dos serviços etc.).

Pela qualidade das BUs avaliadas era de se supor que haveria um índice maior de exploração das redes sociais. A pesquisa detectou que falta, efetivamente, mais planejamento, proatividade e a própria biblioteca desenvolver estudos sobre a utilização desses recursos.

Apesar disso, acredita-se que as redes sociais podem contribuir para a melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços e produtos bibliotecários.

A BU precisa, constantemente, se atualizar e aperfeiçoar suas atividades sob o ponto de vista de seus usuários – que estão utilizando as redes sociais; assumir

uma postura proativa pode significar sua sobrevivência e a manutenção do seu papel de provedora, mediadora e facilitadora de informação ao público.

As redes sociais não solucionarão todos os problemas das BUs. Contudo, podem trazer mudanças positivas à medida que forem sendo incorporadas e integradas ao ambiente da informação bibliográfica. Trata-se de experimentar uma nova forma de comunicação, mais adequada à atual geração de estudantes, pesquisadores e docentes.

5.2 Recomendações

A tecnologia é o suporte para as mudanças, ela condiciona, mas quem determina as mudanças ainda é o ser humano. Assim, são feitas algumas sugestões e recomendações para as BUs, coordenadorias e bibliotecários quanto às boas práticas detectadas na revisão de literatura e na análise de conteúdo das entrevistas ou, ainda, observadas pelo pesquisador, para a utilização das ferramentas de redes sociais.

5.2.1 Para as bibliotecas universitárias

- Divulgar as redes sociais na página principal do *website* da BU, além de explorar todas as outras formas de divulgação possíveis (*e-mail*, cartazes, pôsteres, marcadores de página, apresentações sobre a biblioteca etc.);
- Realizar estudos de usuário para identificar as ferramentas utilizadas pelo público, principalmente para a escolha das redes sociais de relacionamento. Com relação aos outros tipos de rede social (*microblogs*, *blogs*, *Delicious* etc.), deve-se levar em conta os objetivos pretendidos com o seu uso, aliado às possibilidades das ferramentas escolhidas;
- Fazer avaliações e/ou medições periódicas, por meio de análises estatísticas;
- Permitir o acesso às redes sociais da biblioteca nos terminais de computadores;
- Adotar um planejamento estratégico para a execução e a avaliação das ações;
- Alinhar com a missão da biblioteca os objetivos pretendidos com a utilização das redes sociais;

- Buscar o equilíbrio entre a escassez e o exagero de informações publicadas. A manutenção de uma periodicidade regular não deve acontecer à custa da publicação de qualquer conteúdo, sem critérios;
- Não adotar perfis e páginas em diversas redes sociais quando não há recursos humanos suficientes para atualizá-las;
- Manter a periodicidade na atualização dos conteúdos divulgados nas redes sociais;
- Incentivar com enquetes, perguntas, diálogos etc. a participação, a colaboração e a interação dos usuários. Abrir a possibilidade aos usuários de conversarem entre si através das redes sociais da biblioteca;
- Criar serviços e produtos informacionais por meio das redes sociais;
- Seguir seus usuários nas redes sociais.

5.2.2 Para as coordenadorias de bibliotecas

- Adotar políticas que forneçam parâmetros que orientem as BUs no processo de implantação e manutenção das redes sociais;
- Estimular e fornecer ambientes para o compartilhamento de conteúdos e a realização de trabalho colaborativo entre as equipes das bibliotecas do sistema;
- Oferecer capacitação e cursos sobre redes sociais.

5.2.3 Para os bibliotecários

- Definir uma política de publicação de conteúdo com diretrizes que norteiem a sua forma nas redes sociais;
- Buscar uma atualização constante, ter comprometimento e postura proativa.

A rede social, por si só, não faz milagres. Requer uma visão estratégica das bibliotecas, adoção de políticas de comunicação com o público, uma capacidade de inovação para conceber novos serviços e produtos e ser capaz de assimilar as mudanças, sem preconceitos. Vale mais a biblioteca errar tentando do que ficar estagnada, acomodada e sem perspectivas.

REFERÊNCIAS

AHARONY, N. Twitter use in libraries: an exploratory analysis. *Journal of Web Librarianship*, Oxon, v. 4, n. 4, p. 333-350, Oct. 2010.

ALMEIDA, M. C. B. *Planejamento de bibliotecas e serviços de informação*. Brasília: Briquet de Lemos, 2000. 112 p.

AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION. *The USA Patriot Act in the library*. Chicago, IL: ALA, [200-]. Disponível em: <<http://www.ala.org/offices/oif/ifissues/usapatriotactlibrary>>. Acesso em: 07 jul. 2012.

ARAÚJO, E. A.; DIAS, G. A. A atuação profissional do bibliotecário no contexto da sociedade da informação: os novos espaços de informação. In: OLIVEIRA, Marlene de (Coord.). *Ciência da Informação e Biblioteconomia: novos conteúdos e espaços de atuação*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008. p. 111-122

ARAÚJO, I. A. *Competências essenciais e emergentes dos gestores de redes de informação bibliográfica: os casos da Embrapa e do Cruesp*. 2012. 146 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Ciência da Informação, Universidade de Brasília, Brasília. 2012.

ARAÚJO, P. C. 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://revista.acbsc.org.br/index.php/racb/article/view/676>>. Acesso em: 06 jul. 2012.

BARABÁSI, A.-L. *Linked (conectado): a nova ciência dos networks*. São Paulo: Leopard, 2009. 241 p.

BARROS, M. H. T. C. *Disseminação da informação: entre teoria e prática*. Marília: [s.n.], 2003. 108 p.

BLACK, E. L. Web 2.0 and library 2.0: what libraries need to know. In: COURTNEY, N. (Ed.). *Library 2.0 and beyond: innovative technologies and tomorrow's user*. London: Libraries Unlimited, 2007. p. 1-14.

BLATTMANN, U.; SILVA, F. C. C. Colaboração e interação na web 2.0 e biblioteca 2.0. *Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis*, v. 12, n. 2, p. 191-215, jul./dez. 2007. Disponível em: <<http://revista.acbsc.org.br/index.php/racb/article/view/530/664>>. Acesso em: 12 set. 2009.

BOCHER, R. Libraries and privacy. In: GORDON, Rachel Singer (Ed.). *Information tomorrow: reflections on technology and the future of public and academic libraries*. Medford, NJ: Information Today, 2007. p. 113-130.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Indiana, v. 13, n. 1, article 11, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 05 jun. 2011.

BRASIL. Ministério da Educação e Cultura. Lei n. 9394, de 20 de dezembro de 1996. *Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional*. Brasília, 1996. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/arquivos/pdf/ldb.pdf>>. Acesso em: 27 maio 2011.

BULLYING. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Bullying>>. Acesso em: 16 jul. 2012.

CADSOFT GESTÃO ACADÊMICA MODERNA. *Panorama das redes sociais no ensino superior brasileiro: relatório anual de acompanhamento*. Belo Horizonte: Planeta Y, 2012. 42 p.

CARR, N. *A geração superficial: o que a internet está fazendo com os nossos cérebros*. São Paulo: Agir, 2012.

CARVALHO, I. C. L. *A socialização do conhecimento no espaço das bibliotecas universitárias*. Niterói: Intertexto; Rio de Janeiro: Interciência, 2004. 185 p.

CASEY, M. *Library 2.0, Beta*. [S.l.]: LibraryCrunch, 11 Oct. 2005. Disponível em: <http://www.librarycrunch.com/2005/10/library_20_beta.html>. Acesso em: 22 jun. 2012.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2009. 698 p.

CATARINO, M. E.; BAPTISTA, A. A. Folksonomia: um novo conceito para a organização dos recursos digitais na Web. *DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação*, v. 8, n. 3, jun. 2007. Disponível em: <http://www.datagramazero.org.br/jun07/F_I_art.htm>. Acesso em: 25 set. 2009.

CENDÓN, B. V. A Internet. In: CAMPELLO, B. S.; CENDÓN, B. V.; KREMER, J. M. (Org.). *Fontes de informação para pesquisadores e profissionais*. Belo Horizonte: UFMG, 2000. p. 274-300.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. *Metodologia científica*. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 161 p.

CHAT. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Chat>>. Acesso em: 16 jul. 2012.

CHEW, I. Librarians 2.0: sowing padi in (the) SEA. *Program: Electronic Library & Information Systems*, Ipswich, MA, v. 43, n. 3, p. 275-287, July 2009.

CLICK, A.; PETIT, J. Social networking and Web 2.0 in information literacy. *The International Information & Library Review*, Sacramento, CA, v. 42, n. 2, p. 137-142, June 2010.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. Redes sociais: revolução cultural na internet. *Revista.Br*, São Paulo, v. 2, n. 3, p. 31-40, abr. 2010. Disponível em: <<http://cqi.br/publicacoes/revista/edicao03/cqibr-revistabr-ed3.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2012.

COMSCORE. *Atividade nas redes sociais aumentou no Brasil ano passado impulsionada pelo crescimento do Facebook*. Reston, VA: comScore, 2012a. Disponível em:

<http://www.comscore.com/por/Press_Events/Press_Releases/2012/3/Brazil_s_Social_Networking_Activity_Accelerates_in_the_Past_Year>. Acesso em: 29 jul. 2012.

_____. *Facebook dispara na liderança do mercado de redes sociais após um ano de enorme crescimento*. Reston, VA: comScore, 2012b. Disponível em:

<http://www.comscore.com/por/Press_Events/Press_Releases/2012/1/Facebook_Blasts_into_Top_Position_in_Brazilian_Social_Networking_Market>. Acesso em: 29 jul. 2012.

COORDENADORIA GERAL DE BIBLIOTECAS. *Sobre a rede*. São Paulo: CGB/UNESP, 2012. Disponível em:

<<http://unesp.br/cgb/conteudo.php?conteudo=488>>. Acesso em: 03 ago. 2012.

CREATIVE Commons. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012.

Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Creative_commons>. Acesso em: 23 jul. 2012.

CUNHA, M. B. A biblioteca universitária na encruzilhada. *DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação*, v. 11, n. 6, dez. 2010. Disponível em:

<http://www.datagramazero.org.br/dez10/Art_07.htm>. Acesso em: 10 jul. 2011.

_____; CAVALCANTI, C. R. de O. *Dicionário de biblioteconomia e arquivologia*. Brasília: Briquet de Lemos, 2008. 451 p.

CURTY, R. G. Web 2.0: plataforma para o conhecimento coletivo. In: TOMAÉL, M. I. (Org.). *Fontes de informação na internet*. Londrina: Edue, 2008. p. 53-78.

DICKSON, A.; HOLLEY, R. Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns. *New Library World*, v. 111, n. 11/12, p. 468-479, 2010. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0307-4803&volume=111&issue=11&articleid=1895936&show=pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2011.

DRUPAL. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Drupal>>. Acesso em: 26 jun. 2012.

FARKAS, M. G. *Social software in libraries: building collaboration communication, and community online*. Medford, New Jersey: Information Today, 2007. 320 p.

FEIXA, C.; LECCARDI, C. O conceito de geração nas teorias sobre juventude. *Revista Sociedade e Estado*, Brasília, v. 25, n. 2, p. 185-204, maio/ago. 2010.

Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/se/v25n2/03.pdf>>. Acesso em: 06 jan. 2012.

FERREIRA, Sarah L. *Enfrentando os desafios da cultura digital: a gestão da comunicação na biblioteca da ECA/USP*. 2010. 171 f. Monografia (Especialização em Gestão da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2010.

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

FIGUEIREDO, N. M. *Paradigmas modernos da ciência da informação*. São Paulo: Polis; APB, 1999. 168 p.

_____. O processo de transferência da informação. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 8, n. 2, p. 119-138, dez. 1979. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/1536>>. Acesso em: 18 jun. 2012.

FORMSPRING. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Formspring>>. Acesso em: 26 jun. 2012.

FREIRE, J. Redes sociales: modelos organizativos o servicios digitales? *El Profesional de La Información*, Barcelona, v. 17, n. 6, p. 585-588, nov./dic. 2008.

GELFAND, J.; LIN, A. Social networking: product or process and what shade of grey? *Grey Journal (TGJ)*, Amsterdam, v. 8, n. 1, p. 14-26, Spring 2012.

GONÇALVES, A. L.; CONCEIÇÃO, M. I.; LUCHETTI, S. M. Web 2.0 e o caso da Biblioteca Florestan Fernandes. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 16., Rio de Janeiro. *Onde estamos, aonde vamos*. Rio de Janeiro: UFRJ/SiBI; CRUESP, 2010. Disponível em: <http://www.sibi.ufrj.br/snbu/pdfs/orais/final_014.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2011.

GOOGLE Analytics. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics>. Acesso em: 26 jun. 2012.

GOOGLE Docs. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Google_Docs>. Acesso em: 26 jun. 2012.

GORDON, R. S.; STEPHENS, M. Ten best practices for Flickr & libraries. *Library Technology Reports*, v. 43, n. 5, Sept./Oct. 2007. p. 28.

GRANOVETTER, M. The strenght of weak ties. *American Journal of Sociology*, Chicago, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, May 1973.

GRIFFEY, J. Social networking and the library. *Library Technology Reports*, v. 46, n. 8, p. 34-37, Nov./Dec. 2010.

HERBER, S. Library marketplace: academic libraries creating communities on Twitter. *Library, Information Science & Technology*, Ipswich, MA, v. 17, n. 2, p. 24-25, Spring 2011.

HERNAMPÉREZ, A. B. A.; BLATTMANN, U. A biblioteca universitária e o processo de avaliação de ensino. In: VERGUEIRO, V.; MIRANDA, A. C. D. (Org.). *Administração de unidades de informação*. Rio Grande: Ed. FURG, 2007. p. 119-132.

HOWE, J. *O poder das multidões: por que a força da coletividade está remodelando o futuro dos negócios*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier; Campus, 2009. 277 p.

HTML. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Html>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

IBOPE MÍDIA. *Conectmídia: hábitos de consumo de mídia na era da convergência*. São Paulo: IBOPE, 2010. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/inteligencia/downloads/2010/1008_WIN_redes_sociais.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2010.

JESUS, D. L.; CUNHA, M. B. Produtos e serviços da web 2.0 no setor de referência das bibliotecas. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 17, n. 1, p. 110-133, jan./mar. 2012. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/885/1010>>. Acesso em: 07 jul. 2012.

JONES, C. Baby boomers and Generation Y in the public library: keeping them both happy. An Australian perspective. In: KENNEDY, J. R.; VARDAMAN, L.; McCABE, G. B. (Ed.). *Our new public, a changing clientele: bewildering issues or new challenges for managing libraries?* Westport, Connecticut: Libraries Unlimited, 2008. p. 31-45.

KIM, Y.-M.; ABBAS, J. Adoption of library 2.0 functionalities by academic libraries and users: a knowledge management perspective. *The Journal of Academic Librarianship*, v. 36, n. 3, p. 211-218, May 2010.

KIRKPATRICK, D. *O efeito Facebook: a verdadeira história da empresa que está conectando o mundo*. São Paulo: Audiolivro, 2011. Audiolivro.

KROSKI, E. The social tools of Web 2.0: opportunities for academic libraries. *Choice*, v. 44, n. 12, p. 2011-2021, Aug. 2007.

KULLOCK, E. *Para a geração Y "saber é poder", mas compartilhar informações com a comunidade também é importante*. Rádio Estadão ESPN FM 92,9 – AM 700. Disponível em: <<http://radio.estadao.com.br/audios/audio.php?idGuidSelect=633D94C3183D4CDBB9FF8DCCD155B2AB>>. Acesso em: 9 jan. 2012.

LANKES, R. Library association 2.0. *Seacher*, New Jersey, v. 15, n. 8, p. 50-3, 2007.

LEITÃO, B. J. M. *Avaliação qualitativa e quantitativa numa biblioteca universitária: grupos de foco*. Niterói: Intertexto; Rio de Janeiro: Interciência, 2005. 148 p.

LEITOR de livros digitais. In: WIKIPEDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2011. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Leitor_de_livros_digitais>. Acesso em: 28 maio 2011.

LÉVY, P. *Cibercultura*. 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 2008. 264 p.

LISTA de redes sociais. In: WIKIPEDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_redes_sociais>. Acesso em: 06ago 2012.

LOIOLA, R. Geração Y. *Galileu*, São Paulo, n. 219, out. 2009. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG87165-7943-219,00-GERACAO+Y.html>>. Acesso em: 9 jan. 2012.

MACIEL, A. C.; MENDONÇA, M. A. R. *Biblioteca como organizações*. Rio de Janeiro: Interciência; Niterói: Intertexto, 2006. 94 p.

McAFEE, A. *Empresas 2.0: a força das mídias colaborativas para superar grandes desafios empresariais*. Rio de Janeiro: Elsevier; Campus, 2010. 216 p.

MANESS, J. M. Teoria da Biblioteca 2.0: Web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. *Informação & Sociedade: Estudos*, João Pessoa, v. 17, n.1, p. 43-51, jan./abr. 2007. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/831/1464>>. Acesso em: 11 abr. 2010.

MARCHIORI, P. Z. Acessar ou possuí, eis a questão. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 9., Curitiba, 1996. *Anais...* Curitiba: PUCPr, 1996. p. 1-17. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/13928059/Acessar-ou-possuir-eis-a-questao>>. Acesso em: 17 jan. 2012.

MARCOS, M.-C. *La biblioteca en la Web 2.0*. Santiago, Chile: DuocUC, 2009. 95 p. Disponível em: <http://issuu.com/bibliotecas_duocuc/docs/la_biblioteca_en_la_web2.0>. Acesso em: 10 abr. 2010.

MARCOVITCH, J. *A universidade (im)possível*. São Paulo: Futura, 1998. 182 p.

MARGAIX-ARNAL, D. Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes. *El profesional de la información*, Barcelona, v. 17, n. 6, p. 589-601, nov./dic. 2008.

MARKGREN, S. Reaching out to Gen Y: adapting library roles and policies to meet the information needs of the next generation. In: KENNEDY, J. R.; VARDAMAN, L.; McCABE, G. B. (Ed.). *Our new public, a changing clientele: bewildering issues or new challenges for managing libraries?* Westport, Connecticut: Libraries Unlimited, 2008. p. 46-54.

MARTELETO, R. M. Informação, rede e redes sociais – fundamentos e transversalidades. *Informação & Informação*, Londrina, v. 12, n. esp. 2007. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1785/1521>>. Acesso em: 16 maio 2011.

MARTÍNEZ EQHIHUA, S. *Biblioteca digital: conceptos, recursos y estándares*. Buenos Aires, Alfagrama, 2007. 230 p.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*. São Paulo: Atlas, 2007. 225 p.

MILANESI, L. *Biblioteca*. Cotia, SP: Ateliê, 2002. 117 p.

MIRANDA, L. et al. Redes sociais: utilização pro alunos do ensino superior. In: CONGRESO INTERNACIONAL DE TECNOLOGIAS PARA LA EDUCACIÓN Y EL CONOCIMIENTO, 15., Madrid. *Proceedings...* Madrid, 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10198/3041>>. Acesso em: 20 jun. 2012.

MORIGI, V. J.; PAVAN, C. Tecnologias de informação e comunicação: novas sociabilidades nas bibliotecas universitárias. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 33, n.1, p. 117-125, jan./abr. 2004. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/72>>. Acesso em: 18 jun. 2012.

_____; SOUTO, L. R. Entre o passado e o presente: as visões de biblioteca no mundo contemporâneo. *Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina*, Florianópolis, v. 10, n. 2, p. 189-206, jan./dez. 2005. Disponível em: <http://revista.acbsc.org.br/index.php/racb/article/viewArticle/432>>. Acesso em: 12 set. 2009.

MOTA, F. R. L.; OLIVEIRA, M. Formação e atuação profissional. In: OLIVEIRA, M. (Coord.). *Ciência da Informação e Biblioteconomia: novos conteúdos e espaços de atuação*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008. p. 97-110.

MOWDAY, R. T.; STEERS, R. M.; PORTER, L. W. The measurement of organizational commitment. *Journal Vocational Behavior*, v. 14, n. 2, p. 219-217, Apr. 1979.

MUCHERONI, M. L.; FERREIRA, G. C. Análise de redes sociais em ambientes informacionais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - ENANCIB, 11., 2010, Rio de Janeiro. *Inovação e inclusão social: questões contemporâneas da informação*. João Pessoa, PB: ANCIB, 2010. Disponível em: <http://congresso.ibict.br/index.php/enancib/xienancib/paper/view/189/251>>. Acesso em: 16 mar. 2011.

NEWMAN, M.; BARABÁSI, A.-L.; WATTS, D. J. (Ed.) *The structure and dynamics of networks*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press 2006. 582 p.

NIELSEN. *State of the media: the social media report Q3 2011*. New York: The Nielsen Company, 2011. Disponível em: <http://cn.nielsen.com/documents/Nielsen-Social-Media-Report_FINAL_090911.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2012.

OLIVEIRA, L. R. *Biblioteca universitária: uma análise sobre os padrões de qualidade atribuídos pelo Ministério da Educação ao contexto brasileiro*. 2004. 123 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Pontifícia Universidade Católica, Campinas. 2004.

OLIVEIRA, S. *Geração Y: o nascimento de uma nova geração de líderes*. São Paulo: Integreare, 2010. 152 p.

ONLINE COMPUTER LIBRARY CENTER. *Sharing, privacy and trust in our networked world*. Dublin: Ohio, 2007. Disponível em: <<http://www.oclc.org/reports/sharing/>>. Acesso em: 08 maio 2011.

O'REILLY, T. *What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 09 abr. 2010.

PONTES, E. M.; SANTOS, M. K. O uso das redes sociais no âmbito das bibliotecas universitárias federais brasileiras. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – CBBBD, 24., 2011, Maceió, AL. *Sistemas de informação, multiculturalidade e inclusão social*. Maceió, AL: FEBAB, 2011. Disponível em: <<http://febab.org.br/congressos/index.php/cbbd/xxiv/search>>. Acesso em: 29 out. 2011.

PRIMO, A. Interatividade. In: SPYER, J. (Org.). *Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede*. São Paulo: NãoZero, 2009. p. 21-22.

PRINCÍPIO de Pareto. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Princ%C3%ADpio_de_Pareto>. Acesso em: 17 nov. 2012.

RECUERO, R. C. Rede social. In: SPYER, J. (Org.). *Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede*. São Paulo: NãoZero, 2009a. p. 25-26. Disponível em: <<http://www.openinnovatio.org/wp-content/Para%20entender%20a%20Internet.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2010.

_____. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009b. 191 p.

_____. Redes sociais na internet: considerações iniciais, *Ecompós*, v. 2, p. 1-23, abr. 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/28/29>>. Acesso em: 28 maio 2011.

_____. *Teoria das redes e redes sociais na internet: considerações sobre o Orkut, os Weblogs e os Fotologs*. Felrufpabr, 2004. Disponível em: <http://www.felr.ufpa.br/images/Relat%C3%B3rio_T%C3%A9cnico_-_componentes_bi-conexas_de_um_grafo.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2011.

ROD-WELCH, L. J. Incorporation and visibility of reference and social networking tools on ARL member libraries' websites. *Reference Services Review*, v. 40, n.1, p. 138-171, 2012.

ROS-MARTÍN, M. Evolución de los servicios de redes sociales em internet. *El profesional de la información*, Barcelona, v. 18, n. 5, p. 552-557, sept./oct. 2009.

SAFKO, L.; BRAKE, D. K. *A bíblia da mídia social: táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios*. São Paulo: Blucher, 2010. 543 p.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill, 1994.

SANTOS, A. L. *A Geração Y nas organizações complexas: um estudo exploratório sobre a gestão dos jovens nas empresas*. 2011. 153 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Universidade de São Paulo, São Paulo. 2011.

SANTOS, A.; ANDRADE, A. Bibliotecas universitárias portuguesas no universo da Web 2.0. *Enc. Bibli: R. Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf.*, Florianópolis, n. esp., p. 116-131, 2º sem. 2010. Disponível em: <www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/download/16586/15766>. Acesso em: 12 fev. 2011.

SANTOS, Cibele A. C. M. et al. Biblioteca universitária 2.0: experiência com blogs e Twitter. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 16., Rio de Janeiro. *Onde estamos, aonde vamos*. Rio de Janeiro: UFRJ/SiBI; CRUESP, 2010. Disponível em: <http://www.gapcongressos.com.br/eventos/z0070/trabalhos/final_183.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2011.

SANTOS, Cristiane F. et al. O processo evolutivo entre as gerações X, Y e baby boomers. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO - SEMEAD, 14., São Paulo. *Ensino e pesquisa em administração*. São Paulo: EAD/FEA/USP, 2011. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/14semead/resultado/trabalhosPDF/221.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

SHIRKY, C. *Uno per uno, tutti per tutti: il potere di organizzare senza organizzazione*. Torino: Codice, 2009. 248 p.

SISTEMA DE BIBLIOTECAS DA UNICAMP. *Relatório estatístico anual 2010*. Campinas: SBU/UNICAMP, 2011. Disponível em: <<http://www.sbu.unicamp.br/portal/images/PDFs/indicadores/sbu-relatorioestatistico2010.pdf>>. Acesso em: 03 ago. 2012.

_____. *Sobre o SBU*. Campinas: DTI/UNICAMP, 2012. Disponível em: <<http://www.sbu.unicamp.br/portal/index.php/sobre-o-sbu>>. Acesso em: 03 ago. 2012

SKYPE. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.: s.n.], 2012. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Skype>>. Acesso em: 16 jul. 2012.

SOFTWARE LIVRE BRASIL. *Sobre software livre*. [S.l.]: Associação Software Livre.Org, 2009. Disponível em: <<http://softwarelivre.org/portal/o-que-e>>. Acesso em: 07 jun. 2011.

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

SOUZA, A. M. M. et al. Comunicação, informação e relacionamento: a experiência do blog de uma biblioteca universitária. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 16., Rio de Janeiro. *Onde estamos, aonde vamos*. Rio de Janeiro: UFRJ/SIBI; CRUESP, 2010. Disponível em: <http://www.sibi.ufrj.br/snbu/pdfs/orais/final_239.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2011.

SPYER, J. *Conectado: o que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. 250 p.

STUART, D. What are libraries doing on Twitter? *Online*, v. 34, n. 1, p. 45-47, Jan./Feb. 2010.

SZKOLAR, D. *Pinterest: a new social media opportunity for libraries*. Syracuse: School of Information Studies Syracuse University, 12 Mar. 2012. Disponível em: <<http://infospace.ischool.syr.edu/2012/03/10/pinterest-a-new-social-media-opportunity-for-libraries/>>. Acesso em: 01 ago. 2012.

TAPSCOTT, D. *A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos*. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010. 445 p.

_____; WILLIAMS, A. D. *Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007. 367 p.

TARAPANOFF, K. Planejamento da e para bibliotecas universitárias no Brasil; sua posição sócio-econômica e estrutural. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 2., Brasília, 1981. *Anais...* Brasília: CAPES, 1981. p. 9-35.

TIMER HIGHER EDUCATION. *The world university rankings 2011-2012*. London: Thomson Reuters, 2011. Disponível em: <<http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2011-2012/top-400.html>>. Acesso em: 9 jun. 2012.

TOMÁEL, M. L.; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posição dos atores no fluxo da informação. *Enc. Bibli: Revista Eletr. de Bibliotecon. Ci. Inf.*, Florianópolis, n. esp., p. 75-91, 1º sem. 2006. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/342/387>>. Acesso em: 21 jun. 2010.

TORRES-SALINAS, D.; DELGADO-LÓPEZ-CÓZAR, E. Estrategia para mejorar la difusión de los resultados de investigación con la Web 2.0. *El Profesional de la Información*, Barcelona, v. 18, n. 5, p. 534-539, sept./oct. 2009.

TRIPATHI, M.; KUMAR, S. Use of web 2.0 tools in academic libraries: a reconnaissance of the international landscape. *The International Information & Library Review*, v. 42, n. 3, p. 195-207, Sept. 2010.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. *USP em números 2012*: base de dados 2011. São Paulo: USP, 2012. Disponível em: <https://uspdigital.usp.br/anuario/tabelas/usp_em_numeros.pdf?codmnu=2786>. Acesso em: 03 ago. 2012.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS. *Números da UNICAMP*. Campinas: UNICAMP, 2012. Disponível em: <<http://www.jornaldaunicamp.unicamp.br/unicamp/unicamp-responde/perguntas-mais-comuns/graduacao>>. Acesso em: 03 ago. 2012.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO. *Anuário estatístico 2011*. São Paulo: UNESP; APE, 2011a. Disponível em: <http://www.unesp.br/apec/mostra_arq_multi.php?arquivo=8160>. Acesso em: 03 ago. 2012.

_____. *Universidade Estadual Paulista – Unesp*. São Paulo: UNESP, 2011b. Disponível em: <<http://www.unesp.br/perfil>>. Acesso em: 03 ago. 2012.

VERGUEIRO, W. *Qualidade em serviços de informação*. São Paulo: Arte & Ciência, 2002. 124 p.

VIEIRA, D. V.; CARVALHO, E. B.; LAZZARIN, F. A. Uma proposta de modelo baseada na Web 2.0 para as Bibliotecas das Universidades Federais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - ENANCIB, 9., 2008, São Paulo. *Anais...* São Paulo: ANCIB, 2008. 1 CD-ROM.

WATANABE, E. T. Y.; PALETTA, F. A. C.; YAMASHITA, M. M. Análise do uso das ferramentas web 2.0 aplicadas às bibliotecas universitárias da Universidade de São Paulo (USP). In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 16., Rio de Janeiro. *Onde estamos, aonde vamos*. Rio de Janeiro: UFRJ/SiBI; CRUESP, 2010. Disponível em: <http://www.sibi.ufrj.br/snbu/pdfs/orais/final_176.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2011.

WATTS, D. J.; STROGATZ, S. H. Collective dynamics of “small-world” networks. *Nature*, v. 393, n. 4, p. 440-442, June 1998.

XU, C.; OUYANG, F.; CHU, H. The academic library meets Web 2.0: applications and implications. *The Journal of Academic Librarianship*, v. 35, n. 4, p. 324-331, June 2009.

ZAMORA, M. *Redes sociales en internet*. [S.l.]: Maestros del Web, 2006. Disponível em: <<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>>. Acesso em: 10 jun. 2011.

ZANAGA, M. P. Educação continuada: atitudes e experiências dos bibliotecários dos sistemas de bibliotecas da UNICAMP. *Transinformação*, Campinas, v. 3, n. 1, p. 55-74, set./dez. 1989.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Relação entre as perguntas da entrevista e os objetivos específicos da pesquisa

Entrevista	- Identificar as ferramentas de redes sociais utilizadas pelas BUs das Universidades. - Detectar os motivos de escolha das ferramentas utilizadas	- Determinar as razões que levaram as BUs a usar as ferramentas de redes sociais. b) - Identificar a existência de política ou planejamento estratégico que norteie a implantação e uso dessas ferramentas	- Analisar se as redes sociais podem ser utilizadas na divulgação de informações, serviços e produtos, e na comunicação e na interação entre as BUs e os seus usuários	- Avaliar o relacionamento entre as redes sociais adotadas pelas BUs e os serviços bibliotecários que demarquem as expectativas dos usuários	- Averiguar a existência de mensuração do uso das redes sociais pelas BUs	- Conhecer os desafios e os benefícios na aplicação e no uso das ferramentas de redes sociais pelas BUs
Pergunta 1	X					
Pergunta 2	X					
Pergunta 3		X				
Pergunta 4		X				
Pergunta 5		X				
Pergunta 6			X			
Pergunta 7			X			
Pergunta 8				X		
Pergunta 9		X				
Pergunta 10					X	
Pergunta 11						X
Pergunta 11a						X
Pergunta 12			X			
Pergunta 13			X			
Pergunta 14			X			
Pergunta 15						X
Pergunta 16						
Pergunta 17						

APÊNDICE B – Apresentação da pesquisa e do questionário

Prezada(o) colega,

Estou desenvolvendo uma pesquisa intitulada “Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP”, sob a orientação do Prof. Dr. José Fernando Modesto da Silva, com vista à defesa de dissertação de mestrado junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da ECA/USP.

Estatísticas comprovam que as ferramentas de redes sociais são parte fundamental na vida das pessoas contemporâneas à internet (conhecidos como Geração Y) que as utilizam para se comunicarem, interagirem e acessarem informações. Por sua vez, as bibliotecas universitárias, cada vez mais, estão se utilizando das ferramentas de redes sociais. Diante desse quadro, o objetivo geral da pesquisa é avaliar a contribuição das ferramentas de redes sociais da *Web* na melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços e produtos das bibliotecas universitárias.

Os dados a serem obtidos com o questionário se referem ao levantamento quantitativo que busca identificar quantas bibliotecas universitárias da UNESP, UNICAMP e USP utilizam ou não as ferramentas de redes sociais.

O questionário (que será enviado no próximo *e-mail*) está dividido em três partes: a primeira parte está relacionada aos dados da Biblioteca; na segunda parte (uma questão fechada) o respondente é direcionado, de acordo com sua resposta, para a seção um ou dois do questionário respectivamente, com uma e duas questões de múltipla escolha. O tempo necessário para o preenchimento do questionário é de 10 minutos em média.

Durante o decorrer da pesquisa poderá ser realizado mais uma coleta de dados, por meio de entrevista (ao menos a uma biblioteca de cada Sistema - UNESP, UNICAMP e USP).

Asseguro que as respostas são estritamente confidenciais, analisadas estatisticamente e de modo global, e não darão margem a qualquer tipo de identificação do seu informante.

Espero contar com sua colaboração. Aproveito a oportunidade, ainda, para solicitar que seja preenchido o questionário *on-line*, enviado na mensagem seguinte, até 16 de março 2012.

Atenciosamente,

Para eventuais informações entrar em contato:

Giseli Adornato de Aguiar - bibliotecária

E-mails: adornato@usp.br e giaguiar@yahoo.com.br

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação
Escola de Comunicações e Artes (ECA)
Universidade de São Paulo (USP)
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443
Cidade Universitária - São Paulo, SP
Tel.: (11) 3091-8658 (Departamento de Pós-Graduação em CI)
Prof. Dr. José Fernando Modesto da Silva
E-mail: fmodesto@usp.br
Escola de Comunicações e Artes (ECA)
Universidade de São Paulo (USP)
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443
Cidade Universitária - São Paulo, SP
Tel.: (11) 3091-4076

APÊNDICE C – Mensagem que acompanhou o questionário *on-line*

Prezada(o) colega,

Conforme mensagem anterior, estou realizando uma pesquisa sobre o “Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP”. Para isso, preciso de sua colaboração para responder o questionário *on-line* por meio do *link* abaixo. A dissertação é orientada pelo Prof. Dr. José Fernando Modesto da Silva.

As informações aqui fornecidas serão utilizadas anonimamente. Solicito seu preenchimento até 16 de março 2012.

Muito obrigada.

Atenciosamente,

Giseli Adornato de Aguiar
Mestranda em Ciência da Informação ECA/USP
adornato@usp.br
giaguiar@yahoo.com.br

OBS.: O tempo previsto para o preenchimento do questionário é de, em média, 10 minutos.

APÊNDICE D – Questionário

CARACTERIZAÇÃO DO INFORMANTE

1. Identificação da biblioteca

1.1 Nome da biblioteca (incluir nome da faculdade e universidade)

1.2 Em que área(s) do conhecimento a biblioteca se classifica*

- () Biológicas e da Saúde
- () Exatas e Tecnológicas
- () Humanas e Artes

1.3 Nome do respondente

1.4 Cargo do respondente*

1.5 Função do respondente na biblioteca*

(Ex.: Trabalha na Seção de Atendimento, Processamento Técnico etc.)

1.6 Dados para contato (*e-mail*, telefone e endereço da biblioteca)

USO DAS FERRAMENTAS DE REDES SOCIAIS

2. A biblioteca utiliza ferramentas de redes sociais da internet?*

Alguns exemplos: Redes sociais de relacionamento (Facebook, Orkut, Google+, MySpace, Sonico etc.); Redes sociais sobre temas específicos (Ning, Grouply etc.); Redes sociais literárias (O Livreiro, LibraryThing, Skoob etc.); Redes sociais institucionais (Stoa etc.) Microblogs (Twitter, Yammer etc.); Blogs; Compartilhamento de fotos e vídeos (Flickr, Picasa, YouTube, Vimeo etc.); Compartilhamento de listas de favoritos (Delicious etc.).

- () Sim
- () Não

Se **SIM**, o respondente era encaminhado, automaticamente, para a seguinte questão:

2.1 Quais destas ferramentas de redes sociais a biblioteca utiliza*:

(Questão com respostas múltiplas, assinalar quantas opções forem necessárias)

- ☐ Blog
- ☐ Delicious
- ☐ Facebook
- ☐ Flickr
- ☐ Foursquare
- ☐ Google+
- ☐ Grouply
- ☐ LibraryThing
- ☐ O Livreiro
- ☐ MySpace
- ☐ Ning
- ☐ Orkut
- ☐ Picasa
- ☐ Skoob
- ☐ Sonico
- ☐ Twitter
- ☐ Vimeo
- ☐ Yammer
- ☐ YouTube
- ☐ Outras. Quais:

Se **NÃO**, o respondente era encaminhado, automaticamente, para as seguintes questões:

2.2 Principais obstáculos que impedem a implantação e utilização das ferramentas de redes sociais pela biblioteca?*

(Questão com respostas múltiplas, assinalar quantas opções forem necessárias)

- ☐ Ausência de uma política para as unidades, por parte das coordenadorias de bibliotecas, que norteie a implantação e o uso das redes sociais
- ☐ Dificuldade para encontrar pessoas na equipe da biblioteca com perfil e qualificação para implantar as redes sociais
- ☐ Dificuldade em elaborar um planejamento estratégico para o uso das ferramentas
- ☐ Dificuldade em elaborar uma estratégia de atração dos usuários para as ferramentas de redes sociais da biblioteca
- ☐ Falta de comprometimento da equipe
- ☐ Falta de tempo para gerenciar as redes sociais
- ☐ As redes sociais não são aplicáveis ao perfil da biblioteca
- ☐ Preocupação com a segurança da rede (vírus, hackers etc.)
- ☐ Relutância dos gestores em usar as redes sociais e compartilhar informações
- ☐ Outros:

2.2.1 A biblioteca planeja, em curto prazo, começar a utilizar as ferramentas de redes sociais da internet?*

- ☐ Sim
- ☐ Não

Para ambas as respostas (SIM ou NÃO) havia a opção abaixo:

Comentários:

*Campos obrigatórios

Muito obrigada.

FIM DO QUESTIONÁRIO

APÊNDICE E – Apresentação da entrevista e convite à participação da biblioteca

Prezada(o) colega,

Estou desenvolvendo uma pesquisa intitulada “Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP”, sob a orientação do Prof. Dr. José Fernando Modesto da Silva, com vista à defesa de dissertação de mestrado junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da ECA/USP.

A entrevista é semi-estruturada e composta por 17 questões e 1 sub-questão, além dos dados introdutórios. O tempo necessário para sua realização é de, no máximo, uma hora.

Os dados a serem obtidos com a entrevista buscam avaliar a contribuição das ferramentas de redes sociais da *Web* na melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços e produtos das bibliotecas.

Asseguro que as respostas, estritamente confidenciais e analisadas estatisticamente e de modo global, não darão margem a qualquer tipo de identificação de seu informante.

Aproveito a oportunidade ainda, para consultar uma data e um horário para a entrevista.

Conto com sua colaboração.

Atenciosamente,

Giseli Adornato de Aguiar - bibliotecária
E-mails: adornato@usp.br e giaguiar@yahoo.com.br
Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação
Escola de Comunicações e Artes (ECA)
Universidade de São Paulo (USP)
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443
Cidade Universitária - São Paulo, SP
Tel.: (11) 3091-8658 (Departamento de Pós-Graduação em CI)
Prof. Dr. José Fernando Modesto da Silva
E-mail: fmodesto@usp.br
Escola de Comunicações e Artes (ECA)
Universidade de São Paulo (USP)
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443
Cidade Universitária - São Paulo, SP
Tel.: (11) 3091-4076

APÊNDICE F– Roteiro de entrevista

Dados introdutórios:

Perfil do(s) entrevistado(s) (formação, cargo, função, tempo de trabalho na área profissional e na atividade atual).

Características da biblioteca:

- data de criação da biblioteca;
- número estimado de usuários;
- oferece acesso à internet aos usuários (internet sem fio e/ou terminais de consulta);
- no caso de terminais de consulta, qual a quantidade de computadores disponíveis;
- permite o acesso dos usuários às redes sociais nos terminais de consulta da Biblioteca.

Questões:

- 1) Quais as ferramentas de redes sociais utilizadas pela biblioteca? Quais os motivos da escolha dessas ferramentas de redes sociais? Utilizava alguma outra ferramenta de redes sociais anteriormente?
- 2) Há quanto tempo, aproximadamente, foram criados os perfis da biblioteca nas ferramentas de redes sociais?
- 3) Com que frequência, em média, os perfis da biblioteca são atualizados? Há alguém específico designado para essa função?
- 4) Por que a biblioteca passou a utilizar as ferramentas de redes sociais? A adoção das ferramentas de redes sociais é resultado de um planejamento estratégico ou de uma política da coordenadoria de bibliotecas a que pertence? Ou é decisão interna?
- 5) Quais são os objetivos da biblioteca com o uso das ferramentas de redes sociais? Esses objetivos estão sendo alcançados? Tem algum exemplo de resultado?
- 6) Quais ferramentas de redes sociais contribuem para a melhoria da qualidade dos serviços e produtos da biblioteca? Como?
- 7) O uso das ferramentas tem contribuído também para que a biblioteca trabalhe coletivamente com outras unidades acadêmicas na oferta de produtos e serviços?
- 8) Foi realizada uma consulta ou estudo com os usuários para a escolha das ferramentas de redes sociais utilizadas?

- 9)** Como os bibliotecários promovem o uso das ferramentas de redes sociais? (Por exemplo, programas de capacitação). E como é feita a divulgação?
- 10)** Quais as formas de avaliação utilizadas pela biblioteca quanto ao uso das ferramentas de redes sociais pelo usuário?
- 11)** Quais são os principais desafios no uso das ferramentas de redes sociais pela biblioteca? Como está pensando em melhorar isso?
- 11a)** Quais as dificuldades, em suas atividades como gestor(a), para a implementação bem-sucedida das ferramentas de redes sociais?
- 12)** Você observa que as ferramentas de redes sociais utilizadas pela biblioteca melhoraram a comunicação e o relacionamento com os seus usuários? De que forma?
- 13)** Houve maior interação e colaboração dos usuários com conteúdos, comentários, sugestões, críticas etc. por meio das ferramentas de redes sociais?
- 14)** A biblioteca desenvolve serviços e produtos específicos para suas ferramentas de redes sociais? Exemplificar.
- 15)** Na sua opinião, quais são os benefícios quanto ao uso das ferramentas de redes sociais para a sua biblioteca? E com relação às bibliotecas universitárias em geral?
- 16)** Como você vê o papel do bibliotecário diante desse cenário?
- 17)** Tem algo a mais que gostaria de destacar sobre o tema?

ANEXOS

ANEXO A – Bibliotecas universitárias da UNESP

1. Biblioteca "Acácio José Santa Rosa" do Campus de Assis
2. Biblioteca "Honório Monteiro" da Faculdade de Odontologia do Campus de Araçatuba
3. Biblioteca "Prof. Paulo de Carvalho Mattos" do Campus de Botucatu – Lageado
4. Biblioteca da Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias do Campus de Jaboticabal
5. Biblioteca da Faculdade de Ciências e Letras do Campus de Araraquara
6. Biblioteca da Faculdade de Ciências e Tecnologia do Campus de Presidente Prudente
7. Biblioteca da Faculdade de Engenharia do Campus de Ilha Solteira
8. Biblioteca da Faculdade de Filosofia e Ciências do Campus de Marília
9. Biblioteca da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras do Campus de São José do Rio Preto
10. Biblioteca da Faculdade de História, Direito e Serviço Social do Campus de Franca
11. Biblioteca da Faculdade de Medicina e Veterinária do Campus de Araçatuba
12. Biblioteca da Faculdade de Odontologia do Campus de Araraquara
13. Biblioteca da Unidade de Registro - Curso de Agronomia
14. Biblioteca de Ciências Farmacêuticas do Campus de Araraquara
15. Biblioteca do Campus Bauru
16. Biblioteca do Campus Bela Vista do Campus de Rio Claro
17. Biblioteca do Campus de Botucatu – Rubião Júnior
18. Biblioteca do Campus de Itapeva
19. Biblioteca do Campus Experimental de Dracena
20. Biblioteca do Campus Experimental de Ourinhos
21. Biblioteca do Campus Experimental de Sorocaba
22. Biblioteca do Campus Experimental de Tupã
23. Biblioteca do Campus Experimental do Litoral Paulista
24. Biblioteca do Centro de Agricultura do Campus de Jaboticabal
25. Biblioteca do Instituto de Artes do Campus de São Paulo

26. Biblioteca do Instituto de Física Teórica do Campus de São Paulo
27. Biblioteca do Instituto de Química do Campus de Araraquara
28. Biblioteca do Campus Experimental de Rosana
29. Biblioteca “Prof. Carlos Alberto de Buarque Borges” da Faculdade de Engenharia do Campus de Biblioteca de Guaratinguetá
30. Biblioteca “Profa. Leila Novaes” da Faculdade de Odontologia do Campus de São José dos Campos

ANEXO B – Bibliotecas universitárias da UNICAMP

1. Biblioteca Central Cesar Lattes – BCCL
2. Biblioteca da Área de Engenharia e Arquitetura – BAE
3. Biblioteca da Faculdade de Ciências Aplicadas – FCA
4. Biblioteca da Faculdade de Ciências Médicas – FCM
5. Biblioteca da Faculdade de Educação – FE
6. Biblioteca da Faculdade de Educação Física – FEF
7. Biblioteca da Faculdade de Engenharia de Alimentos – FEA
8. Biblioteca da Faculdade de Odontologia de Piracicaba – FOP
9. Biblioteca da Faculdade de Tecnologia e Colégio Técnico de Limeira – FT/CLT
10. Biblioteca do Centro de Documentação de Música Contemporânea - CDMC
11. Biblioteca do Centro de Engenharia Biomédica – CEB
12. Biblioteca do Centro de Lógica, Epistemologia e História da Ciência – CLE
13. Biblioteca do Centro de Memória da UNICAMP – CMU
14. Biblioteca do Instituto de Artes – IA
15. Biblioteca do Instituto de Biologia – IB
16. Biblioteca do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas – IFCH
17. Biblioteca do Instituto de Física Gleb Wataghin – IFGW
18. Biblioteca do Instituto de Geociências – IG
19. Biblioteca do Instituto de Matemática, Estatística e Computação Científica – IMECC
20. Biblioteca do Instituto de Química – IQ
21. Biblioteca do Instituto Estudos da Linguagem – IEL
22. Biblioteca do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade – CEDU – NUDECRI
23. Biblioteca do Núcleo de Estudos de Políticas Públicas – EPP
24. Biblioteca do Núcleo de Estudos de População – NEPO
25. Centro de Documentação "Lucas Gamboa" – IE

ANEXO C – Bibliotecas universitárias da USP

1. Biblioteca Central do Campus de Ribeirão Preto - BCRP
2. Biblioteca da Coordenadoria do Campus de São Carlos – CCSC
3. Biblioteca da Escola de Artes, Ciências e Humanidades – EACH
4. Biblioteca da Escola de Comunicações e Artes – ECA
5. Biblioteca da Escola de Educação Física e Esporte – EEFE
6. Biblioteca da Escola de Enfermagem – EE
7. Biblioteca da Escola de Engenharia de Lorena – EEL
8. Biblioteca da Escola de Engenharia de São Carlos – EESC
9. Biblioteca da Escola Politécnica – EP
10. Biblioteca da Escola Politécnica de Engenharia Civil
11. Biblioteca da Escola Politécnica de Engenharia de Minas
12. Biblioteca da Escola Politécnica de Engenharia de Produção
13. Biblioteca da Escola Politécnica de Engenharia Elétrica
14. Biblioteca da Escola Politécnica de Engenharia Mecânica
15. Biblioteca da Escola Politécnica de Engenharia Metalúrgica
16. Biblioteca da Escola Politécnica de Engenharia Química
17. Biblioteca da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” – ESALQ
18. Biblioteca da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo – FAU
19. Biblioteca da Faculdade de Direito – FD
20. Biblioteca da Faculdade de Direito de Ribeirão Preto – FDRP
21. Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – FEA
22. Biblioteca da Faculdade de Educação – FE
23. Biblioteca da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas – FFLCH
24. Biblioteca da Faculdade de Medicina – FM
25. Biblioteca da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia – FMVZ
26. Biblioteca da Faculdade de Odontologia – FO
27. Biblioteca da Faculdade de Odontologia de Bauru – FOB
28. Biblioteca da Faculdade de Saúde Pública – FSP
29. Biblioteca da Faculdade de Zootecnia e Engenharia de Alimentos – FZEA
30. Biblioteca do Centro de Biologia Marinha – CBM
31. Biblioteca do Centro de Divulgação Científica e Cultural – CDCC
32. Biblioteca do Centro de Energia Nuclear na Agricultura – CENA

33. Biblioteca do Conjunto das Químicas – CQ
34. Biblioteca do Instituto de Química de São Carlos - IQSC
35. Biblioteca do Instituto de Astronomia, Geofísica e Ciências Atmosféricas – IAG
36. Biblioteca do Instituto de Biociências – IB
37. Biblioteca do Instituto de Ciências Biomédicas – ICB
38. Biblioteca do Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação – ICMC
39. Biblioteca do Instituto de Eletrotécnica e Energia – IEE
40. Biblioteca do Instituto de Estudos Brasileiros – IEB
41. Biblioteca do Instituto de Física – IF
42. Biblioteca do Instituto de Física de São Carlos – IFSC
43. Biblioteca do Instituto de Geociências – IGC
44. Biblioteca do Instituto de Matemática e Estatística – IME
45. Biblioteca do Instituto de Psicologia – IP
46. Biblioteca do Instituto Oceanográfico – IO

ANEXO D - *Ranking* da Times Higher Education de 2011-2012

THE WORLD UNIVERSITY RANKINGS 2011-2012

001 - 200	201 - 225	226 - 250	251 - 275	276 - 300	301 - 350	351 - 400
WORLD RANK ▼	INSTITUTION	COUNTRY / REGION	OVERALL SCORE	change criteria		
1	California Institute of Technology	United States	94.8			
2	Harvard University	United States	93.9			
2	Stanford University	United States	93.9			
4	University of Oxford	United Kingdom	93.6			
5	Princeton University	United States	92.9			
6	University of Cambridge	United Kingdom	92.4			
7	Massachusetts Institute of Technology	United States	92.3			
8	Imperial College London	United Kingdom	90.7			
9	University of Chicago	United States	90.2			
10	University of California Berkeley	United States	89.8			
11	Yale University	United States	89.1			
12	Columbia University	United States	87.5			
13	University of California Los Angeles	United States	87.3			
14	Johns Hopkins University	United States	85.8			
15	ETH Zürich - Swiss Federal Institute of Technology Zürich	Switzerland	85			
16	University of Pennsylvania	United States	84.9			
17	University College London	United Kingdom	83.2			
18	University of Michigan	United States	82.8			
19	University of Toronto	Canada	81.6			
20	Cornell University	United States	80.5			
21	Carnegie Mellon University	United States	78.4			
22	University of British Columbia	Canada	77.4			
22	Duke University	United States	77.4			
24	Georgia Institute of Technology	United States	77			
25	University of Washington	United States	76.5			