UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNIÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

SUZANE GONÇALVES DUARTE PEIXOTO

AS BIBLIOTECAS E AS MÍDIAS SOCIAIS: O USO DO FACEBOOK PELAS BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS

GOIÂNIA
2018

sistema de bibliotecas ufg

PRPG
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO

UFG

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

1. Identificação do material bibliográfico: **[X] Dissertação** **[ ] Tese**

2. Identificação da Tese ou Dissertação:

Nome completo do autor: SUZANE GONÇALVES DUARTE PEIXOTO

Título do trabalho: AS BIBLIOTECAS E AS MÍDIAS SOCIAIS: O USO DO FACEBOOK PELAS BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS

3. Informações de acesso ao documento:

Concorda com a liberação total do documento [X] SIM [ ] NÃO[1]

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF da tese ou dissertação.

Assinatura do(a) autor(a)[2]

Ciente e de acordo:

Assinatura do(a) orientador(a)[2]

Profa. Dra. Andréa Pereira dos Santos
Curso de Biblioteconomia
FIC / UFG

Data: 19 /07/2018.

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

Casos de embargo:
- Solicitação de registro de patente
- Submissão de artigo em revista científica
- Publicação como capítulo de livro
- Publicação da dissertação/tese em livro

[2] A assinatura deve ser escaneada.

SUZANE GONÇALVES DUARTE PEIXOTO

AS BIBLIOTECAS E AS MÍDIAS SOCIAIS: O USO DO FACEBOOK PELAS BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, nível Mestrado, da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação, Cultura e Cidadania.

Linha de pesquisa: Mídia e Cultura

Orientadora: Profª. Drª Andrea Pereira dos Santos

GOIÂNIA,
2018

D812 Peixoto, Suzane Gonçalves Duarte.

As bibliotecas e as mídias sociais: o uso do *Facebook* pelas bibliotecas das Universidades federais brasileiras. – Goiânia-GO, 2018. 200 fls., il.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Goiás, 2018. Orientadora: Profª. Drª. Andréa Pereira dos Santos.

1. Bibliotecas universitárias. 2. Mídias sociais. 2. *Facebook*. 3. Práticas comunicativas. I. Santos, Andréa Pereira dos. II. Universidade Federal de Goiás. III. Título.

CDU: 007

FIC
Faculdade de Informação e Comunicação

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
PPGCOM

UFG

FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
Secretaria do Programa de Pós-Graduação em Comunicação
UFG

ATA 20/2018

ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Aos vinte e cinco dias do mês de junho do ano de dois mil e dezoito, a partir das quatorze horas, via *webconferência*, no Centro de Eventos Professor Ricardo Freua Bufáiçal, realizou-se a sessão pública da Defesa de Dissertação de Mestrado de **SUZANE GONÇALVES DUARTE PEIXOTO**, intitulada "AS BIBLIOTECAS E AS MÍDIAS SOCIAIS: O USO DO FACEBOOK PELAS BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS". A banca examinadora foi composta pelos professores doutores Andréa Pereira dos Santos (orientadora/FIC/UFG), Dalton Lopes Martins (FIC/UFG) e Alberto Calil Elias Junior (PPGB/UNIRIO). Após a arguição, os membros da banca se reuniram em sessão secreta para concluir a avaliação e definir o parecer final da dissertação, que foi Aprovada. Por fim, lavrou-se a presente ata, que segue assinada pelo Presidente e pelos demais membros da banca.

Profa. Dra. _____ (Presidente)
Andréa Pereira dos Santos

Prof. Dr. _____
Dalton Lopes Martins

Prof. Dr. _____
Alberto Calil Elias Junior

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, a Deus pela minha vida e por todas as oportunidades que Ele tem me dado para progredir aqui na terra, tanto profissionalmente, quanto espiritualmente. Tenho certeza que sou muito abençoada por Deus, pois graças à Ele tenho alcançado meus objetivos de vida. E a conclusão do mestrado é mais um deles.

Essa etapa não foi fácil, assim como as outras também não. Mas o importante é que ao final dela é possível compreender que as oportunidades são dadas e o sucesso ou o insucesso só depende de nós mesmos. Por isso, não basta apenas querer é preciso se dedicar, é preciso abrir mão de momentos familiares, de horas de ócio, de viagens e até mesmo da saúde mental. Isso porque ao abrir mão de tudo isso você começa a refletir se isso vale mesmo à pena. Mas sabe qual é o diferencial? É a confiança que temos em Deus e em nós mesmos. Pois Deus não me concederia essa oportunidade se eu não fosse capaz de abraçá-la e superar os desafios que estão por trás dela. Por isso chego ao final de mais uma etapa muito agradecida por ter concretizado mais um dos meus objetivos de vida.

Mas, o que mais importa nessa vida terrena são as amizades e as relações que estabelecemos com as pessoas. É maravilhoso saber que tenho pessoas excepcionais ao meu lado. Pessoas que me ensinam e muito contribuíram para a conclusão dessa etapa; sem o apoio delas não conseguiria. Preciso agradecer a minha mãe por ter me ensinado a ser forte e confiante mesmo diante das dificuldades, mulher de garra que nunca deixou me faltar nada. Sou a mulher que sou hoje graças aos ensinamentos dela. Por isso não existem agradecimentos suficientes para demonstrar a gratidão e o amor que tenho por ela. Minha irmã com seu jeito meigo e carinhoso me ensina que a vida não é feita apenas de dureza emocional e sim de carinho, de afeto, de abraços e de conversas. Obrigada Finha por ser luz no meu caminho. Obrigada meu amor pelos ensinamentos de vida que muito tem contribuído para meu crescimento. Eu sei que não é necessário demonstrações públicas para saber que você torce sempre por mim.

Sou grata a tantas as pessoas que me acompanharam nessa etapa. Obrigada minha amiga Sueide que já não é mais apenas uma amiga e sim uma irmã do coração que já faz parte da minha vida há mais de 15 anos e que sempre tem me dado a mão tanto nos momentos de alegria, quanto nos momentos de dificuldades.

A minha querida amiga e companheira de trabalho Thalita que me ensina e me surpreende a cada dia mais. Como pode existir uma pessoa tão dedicada e comprometida com tudo que faz, mesmo com todas as atividades pra realizar, inúmeros trabalhos, inúmeras comissões, inúmeros eventos sociais, família, filha para cuidar, casamento e mais um monte de coisa que ela faz. Ainda sim ela tem tempo pra ajudar o próximo. Você amiga é uma das minhas referências de vida, sua dedicação ao que faz é admirável, seu compromisso com tudo e com todos é fora do comum. Eu tenho muita sorte de tê-la a meu lado, espero que Deus esteja sempre lhe abençoada para que você continue sendo essa pessoa maravilhosa que você é. Obrigado Cida Tsu pelas contribuições e pelas dicas. Aos meus amigos do mestrado também devo inúmeros agradecimentos, vocês também foram fundamentais para a conclusão dessa etapa. Por isso, muito obrigada Adrielly pelo apoio e pelas contribuições dadas. Tenho certeza que você também irá alcançar todos os seus objetivos, porque além de ser dedicada, você tem princípios de vida que a sociedade tem perdido. Obrigado Johnathan por todas as dicas e pelo coração de ouro com todos do mestrado.

Não poderia deixar de agradecer também minha orientadora Dra. Andréa Pereira dos Santos que foi um das peças fundamentais para a realização do mestrado, pois foi graças à ela que essa etapa se iniciou. E, além disso, foi a partir de suas contribuições que o trabalho pôde ser desenvolvido.

Muito obrigado a todos pelo apoio, pela paciência e pela compreensão. Essa conquista também é de vocês!

RESUMO

Com o advento das Tecnologias da Informação e da Comunicação emergiram novas concepções, novas práticas e também novas exigências. A comunicação passou a ser entendida enquanto um campo de troca e de interação e não mais como um processo linear, no qual o emissor tem supremacia sobre o receptor passivo. Ocorreu também à disjunção entre o espaço e o tempo, o que contribuiu para ampliação dos campos de trocas comunicacionais. As práticas comunicativas deixaram de ser realizadas apenas face a face e no mesmo espaço temporal, para acontecer também no ciberespaço por meio das redes de computadores. A comunicação ocorre agora, principalmente, por meio da internet e das mídias sociais enquanto sites na internet que permitem aos usuários maior possibilidade de interação e participação. Elas se apresentam como recursos importantes para ampliar a comunicação entre as bibliotecas universitárias e os usuários. Dessa forma essa pesquisa tem como objetivo geral identificar os usos do Facebook pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras em suas práticas comunicativas. E como objetivos específicos: identificar as bibliotecas das universidades federais brasileiras; identificar quais dessas bibliotecas universitárias fazem uso de mídias sociais; analisar o conteúdo das publicações realizadas por elas no Facebook e identificar para quais finalidades as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o Facebook. Sob a perspectiva desses objetivos essa pesquisa se classifica como descritiva – exploratória e do ponto de vista da abordagem do problema caracteriza-se como quali-quanti. Foi estruturada em quatro etapas: a primeira consistiu no levantamento de informações sobre as bibliotecas das universidades federais brasileiras e na definição da amostra; na segunda etapa buscou-se identificar o uso de mídias sociais pelas bibliotecas; a terceira etapa compreendeu na coleta de dados nas páginas das bibliotecas no Facebook e a quarta etapa consistiu na análise de conteúdo das publicações realizadas pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras no Facebook. O levantamento demonstrou que existem 655 bibliotecas universitárias (centrais e setoriais) presentes em todas as regiões brasileiras. Verificou-se que desse total apenas 48,2% das bibliotecas usam algum tipo de mídia social, sendo o Facebook, o Twitter e o Blog os mais usados por elas. Coletou-se os dados de 227 bibliotecas que possuem uma página no *Facebook* e a partir da análise de conteúdo das publicações identificou-se que as bibliotecas usam suas páginas no Facebook, principalmente, pra informar sobre seus produtos e serviços oferecidos. Diante dos resultados e com base no referencial teórico percebe-se que as bibliotecas das universidades federais brasileiras têm incorporado as mídias sociais em suas práticas comunicativas, mas isso ainda ocorre de forma não planejada na maioria delas. Além disso, elas possuem atitudes que não contribuem para serem consideradas bibliotecas 2.0.

Palavras-chave: 1. Bibliotecas Universitárias. 2. Mídias sociais. 3. *Facebook*. 4. Práticas comunicativas.

ABSTRACT

With the advent of Information and Communication Technologies new conceptions, new practices and new requirements have emerged. Communication became understood as a field of exchange and interaction and no longer as a linear process, in which the sender has supremacy over the passive receiver. It also occurred to the disjunction between space and time, which contributed to the expansion of the fields of communication exchanges. Communicative practices ceased to be carried out only face-to-face and in the same space of time, to happen also in cyberspace through computer networks. Communication now occurs mainly through the internet and social media as internet sites that allow users greater possibility of interaction and participation. They are presented as important resources to increase communication between university libraries and users. Thus, the general objective is to identify the uses of Facebook by the libraries of the Brazilian Federal Universities in their communicative practices. And as specific objectives: to identify the libraries of the Brazilian Federal Universities; identify which of these university libraries make use of social media; analyze the content of the publications made by them on Facebook and identify for what purposes the libraries of Brazilian federal universities use Facebook. According to these objectives this research is classified as descriptive - exploratory and from the point of view of the problem approach is characterized as quali-quanti. This research was structured in four stages. The first stage consisted in the collection of information about the libraries of the Brazilian federal universities and the definition of the sample. The second step was to identify the use of social media by libraries. The third step involved in collecting data on the pages of the libraries on Facebook. The fourth step consisted in the content analysis of the publications carried out by the libraries of the Brazilian federal universities on Facebook. The survey showed that there are 655 university libraries (central and sectoral) spread throughout Brazil, present in all Brazilian Federal Universities. It was verified that of this total only 48.2% of the libraries use some type of social media, being Facebook, Twitter and Blog the most used by them. From the analysis of content of the publications it was identified that the libraries use their pages in Facebook, mainly, to talk about its products and services offered. Given the results and based on the theoretical reference, it is noticed that the libraries of Brazilian federal universities have incorporated social media into their communicative practices, but this still occurs in an unplanned way in most of them. In addition, they have attitudes that do not contribute to 2.0 libraries.

Keywords: 1.University libraries. 2. Social media. 3. Facebook. 4. Communicative practices

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Diferenças entre *Web* 1.0 e *Web* 2.0 36
Figura 2 – Alguns recursos do *Facebook* 42
Figura 3 – Níveis de sistemas que envolvem as bibliotecas 48
Figura 4 – Modelo da biblioteca 2.0 52
Figura 5 – Elementos básicos da biblioteca 2.0 53
Figura 6 – Um novo perfil de usuário 58
Figura 7 – Desafios e benefícios na aplicação das mídias sociais 61
Figura 8 – Diretrizes para uso das mídias sociais 62
Figura 9 – Netvizz passo 1 89
Figura 10 – Netvizz passo 2 90
Figura 11 – Modelo de planilha que será utilizado 91
Figura 12 – Roteiro didático para análise de conteúdo 92
Figura 13 – Código do VBA 97
Figura 14 – Quantidade de Universidades distribuídas pelo Brasil 102
Figura 15 – Página principal do Site da UFMS 105
Figura 16 – Site da Biblioteca central da UnB 108
Figura 17 – Publicação da Biblioteca da Escola de Arquitetura da UFMG 142
Figura 18 – Publicações que representam a categoria informações diversas 143
Figura 19 – Publicação com o maior engajamento na categoria produtos e serviços 147
Figura 20 – Segunda publicação com o maior engajamento na categoria produtos e serviços 148
Figura 21 – Terceira publicação com o maior engajamento na categoria produtos e serviços 149

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Mídias sociais usadas pelas bibliotecas 110
Gráfico 2 – Quantidade de seguidores das páginas das bibliotecas 115
Gráfico 3 – Bibliotecas e o número de publicações 118
Gráfico 4 – Publicações realizadas segundo os meses do ano 121
Gráfico 5 – Publicações segundo os dias da semana 122
Gráfico 6 – Tipo de recursos utilizados 123
Gráfico 7 – Atividade dos usuários frente às publicações 124
Gráfico 8 – Atividade dos usuários segundo as regiões das bibliotecas 126
Gráfico 9 – Atividades dos usuários segundo os meses do ano 127
Gráfico 10 – Análise temporal das atividades dos usuários 128
Gráfico 11 – Atividade dos usuários segundo os recursos usados pelas bibliotecas 129
Gráfico 12 – Reações 130
Gráfico 13 – Percentual de publicação segundo as categorias 141
Gráfico 14 – Atividades dos usuários frente ao conteúdo das publicações 146

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Evolução da biblioteca.....55
Quadro 2 – Indicadores.....66
Quadro 3 – Métricas para mídia social.....67
Quadro 4 – Metodologia de análise de páginas no *Facebook*.....68
Quadro 5 – Componentes que ajudam a definir situação de crise.....70
Quadro 6 – Documentos recuperados no levantamento bibliográfico.....73
Quadro 7 – Roteiro para análise de conteúdo.....93
Quadro 8 – As regiões das bibliotecas e a quantidade de seguidores.....117
Quadro 9 – Bibliotecas segundo as regiões brasileiras e a quantidade de publicação realizada.....120
Quadro 10 – Temas das publicações.....132
Quadro 11 – Categoria evento.....137
Quadro 12 – Categoria produtos e serviços da biblioteca.....137
Quadro 13 – Categoria: Questões administrativas da biblioteca.....138
Quadro 14 – Categoria: Projetos e campanhas da biblioteca.....138
Quadro 15 – Categoria: Notícias e informações da universidade.....138
Quadro 16 – Categoria: Divulgação científica.....139
Quadro 17 – Categoria: Promoção da biblioteca.....139
Quadro 18 – Categoria: Informações diversas.....140

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Resultados do levantamento bibliográfico 73
Tabela 2 – Quantidade de Universidades e Bibliotecas existentes 103
Tabela 3 – Panorama das universidades e suas bibliotecas de 2012 e 2018 104
Tabela 4 – Uso das mídias sociais por região brasileira 107
Tabela 5 – Bibliotecas que usam o *Facebook* segundo as regiões brasileiras 112
Tabela 6 – Bibliotecas que tiveram os dados coletados do *Facebook* 114

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 15
2 COMUNICAÇÃO: TRANSFORMAÇÕES NOS PROCESSOS COMUNICATIVOS 21
2.1 AS PRÁTICAS COMUNICATIVAS E SUAS CONCEPÇÕES 25
3 AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO 30
3.1 DO SURGIMENTO DA INTERNET A *WEB* 2.0 33
3.1.1 As Mídias sociais 37
3.1.1.1 O *Facebook* 41
4 AS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: ASPECTOS TEÓRICOS E CONCEITUAIS 46
4.1 BIBLIOTECA 2.0 51
4.2 AS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS E O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS: POSSÍVEIS CONTRIBUIÇÕES 57
4.3 ESTUDOS SOBRE O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS POR BIBLIOTECAS BRASILEIRAS: UMA REVISÃO 71
5 CAMINHO METODOLÓGICO 84
5.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA 84
5.2 ETAPAS PARA COLETA DE DADOS 86
5.2.1 Primeira etapa: levantamento sobre as bibliotecas e a definição da amostra 86
5.2.2 Segunda etapa: a presença das bibliotecas na mídias sociais 87
5.2.3 Terceira etapa: coleta de dados 87
5.2.4 Quarta etapa: análise de conteúdo 91
5.2.4.1 Pré-análise 94
5.2.4.2 Exploração do material 97
5.2.4.3 Tratamento dos resultados e interpretações 99
6 BIBLIOTECAS E AS MÍDIAS SOCIAIS: RESULTADOS OBTIDOS 100
6.1 AS BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS 100
6.2 A PRESENÇA DAS BIBLIOTECAS NAS MÍDIAS SOCIAIS 106
6.3 O USO DO *FACEBOOK* PELAS BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES 111
6.3.1 Análise do conteúdo: resultados e interpretações 130
6.4 REFLEXÕES ACERCA DO USO DAS MÍDIAS SOCIAIS PELAS BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS 150

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS 155
REFERÊNCIAS 158
APÊNDICE A – UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS 170
APÊNDICE B – QUANTIDADE DE BIBLIOTECAS POR UNIVERSIDADE 172
APÊNDICE C – BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS QUE USAM MÍDIAS SOCIAIS 177
APÊNDICE D – BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS QUE POSSUEM PÁGINA NO *FACEBOOK* 189
ANEXO 1 – MÍDIAS SOCIAIS EXISTENTES 202

1 INTRODUÇÃO

As bibliotecas são instituições que existem há muitos anos e foram criadas, a princípio, para servirem de santuário dos livros. Na antiguidade ter acesso a elas era um privilégio de poucos já que uma das suas principais funções era armazenar e guardar os livros e, consequentemente, preservar e controlar o acesso à informação.

Todavia, com o advento das Tecnologias da informação e da comunicação – TICs emergem novas concepções, novas práticas e, também novas exigências em relação as formas de armazenamento da informação. Segundo Lancaster (1994, p. 9) “a mudança mais óbvia que ocorreu como resultado das inovações tecnológicas pode ser expressa concisamente na frase: acesso ao invés de propriedade”. Nessa perspectiva o foco principal da biblioteca deixou de ser o armazenamento e a organização do acervo, com intuito de preservar o conhecimento, para centrar-se nas necessidades dos usuários.

Essa mudança no foco das bibliotecas está em diálogo com a evolução dos meios de comunicação e com as mudanças nas práticas comunicativas. Isso porque, as TICs também contribuíram para o surgimento de uma nova concepção dos receptores. Diante das possibilidades de interatividade proporcionada por elas a percepção linear de comunicação teve que ser repensada, passando a ser entendida enquanto um campo de troca e de interação.

As práticas comunicativas são produtos dos processos comunicativos, ou seja, são reflexos das trocas comunicacionais. À medida que ocorre a troca de mensagens/conteúdos entre o emissor e o receptor, e à medida que o receptor entende, interpreta e reinterpreta a mensagem segundo seu contexto relacional são estabelecidas as práticas comunicativas. Dessa forma, as práticas comunicativas deixaram de figurar como uma relação de supremacia do emissor sobre o receptor para torna-se um processo de interação comunicacional.

Com a inclusão das TICs a partir das três últimas décadas do século XX, os campos de trocas comunicacionais ampliaram-se, a interação deixou de ser realizada, exclusivamente, face a face. Ocorreu à disjunção entre o espaço e o tempo, o distanciamento espacial foi aumentado, enquanto que a demora temporal foi sendo virtualmente eliminada.

Com o surgimento da *web* 2.0 os usuários passaram a ter a possibilidade de produzir conteúdos e participar ativamente do processo comunicativo. Isso porque a

web 2.0 é marcada pela ampla possibilidade de interação e participação, ela é considerada uma nova era da internet na qual é entendida como uma plataforma que disponibiliza diversas ferramentas e recursos (*blogs; Wikis*, *RSS*, *Podcast,* mensagens instantâneas*, Facebook, Youtube, Twitter, Flickr* etc.) que possibilitam aos usuários não só o acesso, como a possibilidade de criar, editar e compartilhar conteúdos.

A *web* 2.0 se configura em um novo recurso comunicacional que permite diferentes usos e várias possibilidades e, é nesse contexto que as mídias sociais emergem como campos comunicacionais interativos e participativos. As mídias sociais são entendidas aqui como sites na internet que permitem aos usuários participarem da geração de conteúdo e compartilhar informações em diversos formatos, além de possibilitar maior interação social (TELLES, 2011).

A evolução da *web* 2.0 refletiu também na concepção e na atuação das bibliotecas. Surgiu então o conceito de biblioteca 2.0 entendida como aquela que está em todos os lugares, não existindo barreiras físicas e nem definições espaciais, e sua organização é centrada nos usuários. Essa concepção se desenvolve em decorrência do aparecimento de um novo perfil de usuário que já incorporou os avanços tecnológicos em suas atividades cotidianas.

É inegável que as TICs estão presentes no cotidiano de milhões de indivíduos. Segundo a pesquisa *Digital in 2018* existem mais de 4 bilhões de pessoas em todo o mundo usando a internet , bem mais da metade da população mundial está *online* (*WE ARE SOCIAL*, 2018). No Brasil, de acordo o relatório da Pesquisa Brasileira de Mídia – PBM do ano de 2016, a internet é a segunda mídia mais utilizada pela população brasileira perdendo apenas para a televisão (BRASIL, 2016).

Segundo a Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros do ano de 2016, no Brasil 54% dos domicílios estão conectados à internet, o que representa 36,7 milhões de residências. E a banda larga móvel é a principal forma de conexão para um quarto dos domicílios brasileiros com acesso à internet, estando presente em 9,3 milhões deles. A pesquisa mostrou ainda que em 2016, 93% dos usuários de internet utilizaram o celular para navegar na rede (NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR, 2017). Outro dado que chama atenção é que o

Brasil é o terceiro país do mundo que mais usa a internet por dia, com uma média de 9h14min (*WE ARE SOCIAL*, 2018).

Os brasileiros estão usando a internet, principalmente, para o envio de mensagens instantâneas (89%) e para o uso das redes sociais (78%). Sendo que as redes sociais mais usadas no Brasil são o *Facebook* e o *Twitter* (NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR, 2017). O que vai ao encontro da realidade mundial, na qual o *Facebook* é a mídia social com mais usuários ativos. Além disso, os brasileiros permanecem cerca de 3h39min nas mídias sociais diariamente. Isso dá o segundo lugar para o Brasil como um dos países em que as pessoas permanecem mais horas usando as mídias sociais (*WE ARE SOCIAL*, 2018).

As mídias sociais se configuram como uma nova forma de interação e participação e como pode se observar elas já fazem parte da realidade brasileira. Diante de tamanha adesão não há como não refletir sobre o uso delas.

O objeto dessa pesquisa são as bibliotecas das universidades federais brasileiras. As bibliotecas universitárias são instituições responsáveis por dar suporte ao ensino, pesquisa e extensão por meio da oferta de recursos informacionais. Essas instituições não possuem automonia própria e estão diretamente ligadas às universidades.

As bibliotecas universitárias são o reflexo das transformações ocorridas na sociedade e segundo Ranganathan (2009) elas são um organismo vivo em crescimento. Assim são instituições que devem estar em constante evolução. Com a ampliação dos campos comunicacionais a interação entre os usuários e as bibliotecas precisar ocorrer não só no espaço físico, mas também no ciberespaço, onde os usuários estão estabelecendo novas maneiras de se comunicar.

Segundo Lévy (2000) o ciberespaço pode ser definido como um espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores, tendo como principais características o caráter plástico, fluido, hipertextual e interativo. E segundo Lampe et al (2011, p. 2 apud PRIMO, 2012, p. 623) “as mídias sociais são o conjunto de ferramentas cujas interfaces facilitam a interação no ciberespaço”.

Vale destacar que os públicos das bibliotecas não se comportam da mesma maneira que no passado, pois o desenvolvimento dos meios de comunicação possibilitou novas formas de socialização, no qual os indivíduos passaram a se comunicar e interagir por meio das redes. Essa nova forma de organização social é

denominada como sociedade em rede, que segundo Castells (2006, p. 20) é uma sociedade que possui uma “estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores”. Essas redes configuram a nova estrutura social, modificando os resultados dos processos produtivos e da experiência humana (CASTELLS, 2006). Dessa forma “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” (MORIGI; PAVAN, 2004, p.117).

Diante desse contexto de transformações, refletir sobre as bibliotecas universitárias e suas práticas comunicativas torna-se relevante, pois para que elas continuem exercendo o seu papel na sociedade, com mais dinamicidade e interatividade será necessário repensar suas práticas e estabelecer novas estratégias. Os produtos e serviços devem expandir para além do espaço físico da biblioteca e a comunicação precisa acontecer de forma rápida e instantânea sem a necessidade do contato face a face.

Considerando as possibilidades ofertadas pelas mídias sociais e as transformações percebidas na sociedade, surgiu o interesse em pesquisar: **como as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o Facebook em suas práticas comunicativas?**

O Facebook é um site de relacionamento social que busca conectar pessoas, independentemente, de localização geográfica. Ele é a mídia social com mais usuários ativos do mundo e, no Brasil é uma das mais utilizadas (WE ARE SOCIAL 2018). Além disso, os resultados dos estudos de Calil Junior, Capello e Santos (2012); de Calil Junior, Almendra e Vaz (2012); de Calil Junior (2013); de Ribeiro, Leite e Lopes (2014) e de Rezende, Martins e Silva (2016) demonstram que o Facebook é uma das mídias sociais mais utilizadas pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras. Por esses motivos ele foi escolhido como campo de análise dessa pesquisa.

Para auxiliar na resolução do problema de pesquisa foi como **objetivo geral: identificar os usos do *Facebook* pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras em suas práticas comunicativas.** E como objetivos específicos:

- identificar as bibliotecas das universidades federais brasileiras.

- identificar quais as bibliotecas das universidades federais brasileiras fazem uso de mídias sociais.
- analisar o conteúdo das publicações realizadas pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras no *Facebook*.
- identificar para quais finalidades as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook*;

A partir do problema de pesquisa em questão incita-se a construção de algumas hipóteses. Segundo Matias-Pereira (2012, p. 77) “a hipótese é sempre uma afirmação, uma resposta possível ao problema proposto”. As hipóteses são respostas prováveis ao problema de pesquisa, que poderão ser confirmadas ou refutadas ao final do estudo. Então a primeira **hipótese** é que as bibliotecas das universidades federais brasileiras fazem uso do *Facebook* em suas práticas comunicativas, mas elas não possuem ações cotidianas que contribua para o engajamento dos usuários e possibilitem um diálogo mais próximo entre a biblioteca e o usuário. Por engajamento entende-se aqui as ações realizadas pelos usuários, que compreendem compartilhar, reagir, curtir e comentar no *Facebook* (MAIA, 2016). **A segunda hipótese** é que as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook*, principalmente, para ofertar seus produtos e serviços. **A terceira hipótese** é que as bibliotecas das universidades federais brasileiras ainda não são bibliotecas 2.0.

Este trabalho está dividido em sete capítulos. Sendo a “Introdução” o primeiro deles. No segundo capítulo intitulado “A comunicação: transformações nos processos comunicativos” são apresentados os conceitos de comunicação e de práticas comunicativas, além das transformações sociais que contribuíram para a evolução dos processos comunicativos que resultou em uma nova concepção de receptor.

O capítulo 3 – “As tecnologias da informação da comunicação” trata da expansão das TICs, do surgimento da *web 2.0* e das mídias sociais. No capítulo 4 intitulado “as bibliotecas universitárias: aspectos teóricos e conceituais” são apresentados o conceito e as funções da biblioteca universitária, a concepção de biblioteca 2.0, bem como o uso das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias. No capítulo 5 “Caminho metodológico” é descrito o percurso metodológico utilizado nessa dissertação, assim como todos os métodos e as técnicas adotados para obter respostas ao problema proposto. No capítulo 6 “As bibliotecas e as mídias sociais:

resultados obtidos” são apresentados os resultados obtidos nessa dissertação, assim como as análises realizadas. No capítulo 7 são expostas as considerações finais. As demais seções são destinadas às referências bibliográficas, aos apêndices e ao anexo.

2 COMUNICAÇÃO: TRANSFORMAÇÕES NOS PROCESSOS COMUNICATIVOS

O ato de se comunicar é intrínseco ao ser humano e o interesse pelos meios de comunicação não é uma exclusividade da sociedade moderna. Desde a origem da humanidade os indivíduos têm buscado formas de se comunicar: os pré-humanos, por exemplo, iniciaram os processos comunicativos por meio da emissão de sons, gritos, urros e posturas corporais. Com o passar dos anos, os processos comunicativos, assim como os seres humanos, evoluíram e novas formas de comunicação, em especial aquelas realizadas pelo uso da linguagem escrita, foram criadas e desenvolvidas (TEMER; NERY, 2009).

A necessidade de se comunicar e de manter registrado o conhecimento produzido fez com que as civilizações, ao longo dos anos, desenvolvessem e aprimorassem técnicas de escrita e de registro do conhecimento, permitindo o desenvolvimento de diversos meios técnicos. Segundo Thompson (2014, p. 44) “O meio técnico é o substrato material das formas simbólicas, isto é, o elemento material com o que, ou por meio do qual, a informação ou conteúdo simbólico é fixado e transmitido do produtor para o receptor”.

De acordo com Thompson (2014) os meios técnicos se diferenciam uns dos outros devido a sua capacidade de fixação, reprodução e distanciamento espaço-temporal. Ao longo dos anos os seres humanos têm se esforçado para aprimorar essas características ampliando as possibilidades de eternizar as formas simbólicas para o maior número de pessoas possíveis utilizando o menor tempo.

Nessa mesma direção, McLuhan (1969) trabalha com a ideia de que os meios de comunicação são uma extensão do homem, isto é um prolongamento de seus sentidos. Consequentemente, à medida que as necessidades humanas se aperfeiçoam os meios também são aprimorados e vice e versa. Ainda segundo o mesmo autor a evolução dos meios de comunicação pode ser relacionada a três eras da sociedade: a sociedade tribal, caracterizada pela multissensoralidade e pelo envolvimento próximo, sendo essa era marcada pela cultura oral e pelo tribalismo dela decorrente (a oralidade obriga à presença simultânea do emissor e do receptor). A segunda era, denominada pela galáxia de Gutenberg, é caracterizada pela escrita e, sobretudo, pelo desenvolvimento da imprensa que possibilitou a massificação da produção; e a terceira era é a galáxia Marconi caracterizada pelas mídias eletrônicas.

Diante dessas três divisões apresentadas por McLuhan (1969) é possível refletir sobre algumas das transformações que ocorreram na sociedade a partir da evolução dos meios de comunicação. A invenção da escrita tem especial valor nesse sentido. É a partir dela que a sociedade transcende a necessidade da presença física dos interlocutores no processo de comunicação.

A invenção da escrita foi o primeiro passo para a transformação nas formas de se comunicar da sociedade. Desenvolvida pelos sumérios e chamada de escrita cuneiforme, os primeiros tipos de escrita são datados de aproximadamente 3000 a.C. e seu desenvolvimento deu origem aos hieróglifos e a escrita alfabética tal como conhecemos hoje. Os suportes de registro (o meio técnico) também foram sendo aperfeiçoados ao longo dos anos. Ocorreram transições que perpassam do uso da pedra, da argila, do papiro, do papel tal como conhecemos hoje até o surgimento da internet que permitiu a comunicação através das redes digitais.

Todos estes avanços contribuíram para mudanças nas formas de produção, transmissão e acesso a informação. Isso foi percebido, principalmente, após a invenção da prensa de tipos móveis desenvolvida por Gutenberg no século XV e que marcou o início da segunda era descrita por McLuhan (1969). Foi a partir dessa invenção que passou-se da cultura dos manuscritos - que estavam acessíveis a poucos privilegiados - para a impressão em alta escala de livros, jornais, boletins, entre outros. Produzidos em massa estes passaram a ser disponibilizados a uma multiplicidade de pessoas, ampliando o acesso a informação anteriormente limitada a uma pequena parcela da sociedade.

Logo, aliado às transformações dos meios técnicos foi possível observar também mudanças nos processos comunicativos. Assim, se no começo da civilização a comunicação/transmissão de conhecimento estava associada à presença física dos indivíduos e a uma cultura da oralidade, com o desenvolvimento dos meios técnicos ela passa a ser cada vez mais uma interação mediada. Thompson (2007) argumenta que o desenvolvimento dos meios de comunicação foi fundamental para a constituição da sociedade moderna. Isso porque eles ajudaram a criar outras formas de relações sociais, novas maneiras de agir e interagir, meios distintos de expressar e de responder a expressão do outro. O “meio técnico separa a interação social do local físico, de tal modo que as pessoas podem interagir umas com as outras mesmo que não compartilhem uma situação espaço-temporal comum” (THOMPSON, 2007, p. 27).

Recuero (2000) também defende que a reconfiguração dos espaços percebidos pela sociedade é uma das características mais profundas da influência de um meio de comunicação nas sociedades. Esses meios são capazes de reduzir as distâncias, permitindo assim que as pessoas se aproximem e que informações sejam difundidas em tempo recordes. Os recursos oferecidos pela internet, por exemplo, fizeram com que essas distâncias se tornassem ínfimas. É possível conversar com alguém que está há milhares de quilômetros, receber arquivos, trocar fotos, tudo em questão de segundos. Dessa maneira, a distância geográfica é pulverizada pela comunicação.

Diante das diversas possibilidades promovidas pela ampliação dos meios técnicos, pode-se perceber também a mudança no entendimento sobre o receptor. Durante anos eles foram tomados pelas teorias da comunicação como agentes passivos no discurso. Essa característica estava associada especialmente aos veículos de difusão de informação em massa como a televisão e o rádio. Os teóricos funcionalistas e frankfurtianos acreditavam que o emissor fosse capaz de manipular os pensamentos dos receptores porque dominavam o meio técnico e o conteúdo veiculado. Segundo Sousa (1995, p. 14) é como “se houvesse uma relação sempre direta, linear, unívoca e necessária de um pólo, o emissor, sobre outro o receptor [...] como se existissem dois pólos que necessariamente se opõem, e não eixos de um processo mais amplo e complexo”. Nesse contexto Martín-Barbero (1995, p. 41) afirma que existia “a concepção segundo o qual o receptor é uma vítima, um ser manipulado, condenado ao que se quer fazer com ele”.

Todavia, esse entendimento do papel do receptor no processo de comunicação foi repensado. A capacidade de interação que este pode estabelecer com o conteúdo difundido pelos meios foi refletida. As possibilidades de participação oferecidas ao receptor pelas TICs é um elemento importante nessa nova concepção de receptor.

Para Thompson (1998) a ideia de que os receptores dos produtos da mídia são espectadores passivos, cujos sentidos foram subvertidos pela constante recepção de mensagens deve ser abandonada. Martín-Barbero (1995) corrobora com essa concepção dizendo que o processo de comunicação precisa ser repensado, principalmente, no que se refere à suposta passividade do receptor. Esse mesmo autor pontua que a recepção deve ser entendida como um processo de

interação, no qual o papel do receptor não pode ser encarado como passivo, iludido ou alienado, isso porque

> A comunicação não é, como antes se acreditava, um processo linear e mecânico de codificação, transmissão e decodificação. O enorme potencial conotativo dos signos, as sutis variações possíveis na estrutura da mensagem, e, sobretudo, o intenso dinamismo da vida mental das pessoas, fazem que a comunicação seja um processo de muitas facetas, com um amplo leque de efeitos possíveis, às vezes totalmente inesperados [...] (BORDENAVE, 2001, p. 26).

Hall (2003) também segue nessa linha de pensamento, mas argumenta que não deve-se fantasiar o papel dos receptores, pois eles não ocupam as mesmas posições de poder que o produtor. Nesse sentido o autor estabelece que a produção tem sim a função de direcionar o significado, mas que isso não implica passividade do receptor, pois este se apropria da mensagem em contextos históricos específicos, de acordo com suas próprias perspectivas. Ele afirma que “as decodificações que você faz se dão dentro do universo da codificação. Um tenta englobar o outro” (HALL, 2003, p. 366). O mesmo autor argumenta também que de maneira geral a recepção de uma mensagem pode acontecer a partir de três posicionamentos: uma concordância plena com a mensagem, uma concordância em partes e uma não concordância.

Segundo Thompson (1998) os indivíduos codificam e decodificam mensagens e para isso empregam várias formas de conhecimento e suposições de fundo. Estas por sua vez, fazem parte dos recursos culturais que eles trazem para apoiar o processo de intercâmbio simbólico. Assim sendo, os indivíduos usam todos os seus conhecimentos pré-existentes para interpretar e analisar as mensagens que eles recebem dos meios de comunicação, não as absorvendo passivamente como propunham as primeiras teorias da comunicação. Bordenave (2001, p. 24) diz “que os novos significados induzidos pelas mensagens entram em interação com os significados originais. É desta interação que dependem os efeitos das mensagens sobre o repertório global da pessoa: seus conhecimentos, suas crenças, valores, atitudes”.

O reconhecimento do receptor como um indivíduo ativo, levou a descoberta da existência de uma estrutura social em classes que age sobre os fluxos da comunicação. Foi a partir da inclusão dessa variável que pôde-se apontar o papel que o receptor desempenha no seu acesso e participação nos meios de

comunicação, bem como nas consequências da comunicação em seu comportamento (BORDENAVE, 2001). Diante dessa nova realidade sociocultural vale refletir sobre as transformações que a evolução dos meios técnicos tem ocasionado nas práticas comunicativas

2.1 AS PRÁTICAS COMUNICATIVAS E SUAS CONCEPÇÕES

O campo da comunicação é amplo e pode ser estudado a partir de várias perspectivas, mas logo ao mencionar o termo comunicação o ato de conversar/ dialogar vem à mente. Uma conversa entre os indivíduos é um exemplo de prática comunicativa, mas o ato de comunicar não se resume a troca de informação e nem somente a fala ou a conversação. A fala é apenas uma das muitas maneiras possíveis de comunicação; as expressões faciais, os gestos, o uso de roupas e enfeites, também são algumas outras formas de comunicação (TEMER; NERY, 2009).

Para Bordenave (2001, p. 14) “a comunicação é uma das formas pelas quais os homens se relacionam entre si. É a forma de interação humana realizada através de signos”. Thompson (1998, p. 25) caracterizou a comunicação “como sendo um tipo distinto de atividade social que envolve a produção, a transmissão e a recepção de várias formas simbólicas e implica a utilização de recursos de vários tipos.”.

Segundo Temer e Nery (2009, p. 10) comunicação é:

> A capacidade humana cuja aquisição remonta às origens do desenvolvimento humano e da própria sociedade. No decorrer da sua história, o homem vem desenvolvendo técnicas e tecnologias que ampliam seu poder e dimensão, transformando profundamente sua forma de relacionamento com sua cultura e estrutura social.

A comunicação vista como um processo social configura-se como uma relação social que cria vínculos e elos indispensáveis para a sobrevivência do homem. É comunicando que os seres humanos constroem e reconstroem a sua identidade, aprendem e reformulam seus papeis sociais, adquirem e mudam valores, aprendem normas e entre outros (SOUSA, 2004).

França (2004) entende a comunicação enquanto troca, interação, situação comunicacional que circunscreve a relação - mediada discursivamente - de sujeitos

interlocutores. Pensando assim, a comunicação é vista como instância de produção de sentido instalada em um contexto relacional.

Bordenave (1985) afirma que a comunicação possui cinco elementos básicos: a existência de uma realidade na qual a comunicação se realiza, os interlocutores participantes do ato comunicativo, os conteúdos ou mensagens compartilhadas pelos interlocutores, os signos utilizados pelos interlocutores para representar os conteúdos e as mensagens, e os meios de comunicação utilizados para transmitir tais mensagens.

Segundo Castells (2015, p. 29) inserem-se na concepção de práticas comunicativas “a comunicação interpessoal e a comunicação mediada. Na escala societal, é a comunicação mediada que constitui o ambiente simbólico no qual as pessoas recebem, processam e enviam os sinais que produzem sentido em suas vidas”.

De acordo com França (2004, p. 13) as práticas comunicativas “permeiam as múltiplas dimensões da vida social e atravessam todas as demais práticas”. Por isso podem ser estudadas e interpretadas a partir de várias concepções. A mesma autora afirma ainda que não deve-se reduzir as práticas comunicativas ao campo das mídias, pois tal atitude exclui as inúmeras práticas comunicativas que edificam e marcam a vida social, as quais não passam pelo terreno das mediações tecnológicas. Tais como o rumor, as relações de vizinhança e suas formas comunicativas, os teatros ou encenações urbanas, entre outras ações (FRANÇA, 2004).

Martín-Barbero (1981) fala justamente sobre a necessidade de ver as práticas comunicativas realizadas além dos meios técnicos. O autor desenvolve o conceito de práticas de comunicação com base nas práticas cotidianas realizadas nos espaços populares (mercados, praças, cemitérios e espaço de lazer), pois segundo ele as práticas realizadas nesses lugares tornam visível a memória popular, porque esses espaços são para as massas populares um espaço fundamental de atividade, de produção do próprio discurso e de práticas de uma determinada memória popular.

A partir da visão Martín-Barbero (1981), Valencia e Magallanes (2015) afirmam que os estudos das práticas comunicativas incluem a dinâmica em torno da mídia e suas mediações, mas ressaltam que essas práticas vão além desses meios, pois devem ser incluídas no contexto das práticas comunicativas as ações diárias.

Isso porque, essas ações são expressões de riqueza e diversidade extraordinárias, associadas a redes culturais e sentidos complexos. Essas práticas comunicativas ilustram, ampliam e aprofundam os incessantes esforços de criação, transformação, recuperação e conservação de significados. Os autores afirmam ainda que

> As práticas de comunicação são inseridas no contexto das práticas sociais, apoiadas pelas relações e interações entre os sujeitos, de modo que, ao falar sobre mudanças sociais, é necessário contemplar os assuntos abordados pessoalmente e socialmente a partir das ações e práticas comunicativas (VALENCIA; MAGALLANES, 2015, p. 22, tradução nossa).

De acordo com Aguilar (2016) as intervenções urbanas se configuram como práticas comunicativas. Para a autora as intervenções urbanas (adesivos, pôsteres, estêncis e afins) são formas viáveis dos atores sociais transmitirem mensagens e conteúdos, portanto essas intervenções se articulam como processos comunicativos produzidos por atores sociais no espaço urbano que se configuram em práticas comunicativas que se dão no cotidiano.

Matos e Migliano (2010) também entendem as intervenções urbanas como expressões da prática comunicativa. Segundo os autores essas intervenções se materializam nos espaços públicos da cidade, sob a forma de práticas de escrita na cidade - inscrições, pixações, *stickers*, estênceis, *graffitis* -e são denominadas por eles por ações táticas. Essas ações táticas tornam visíveis posicionamentos identitários que identificam os jovens enquanto participantes de coletivos da intervenção urbana. Além disso, constituem-se como práticas comunicativas de resistência ao configurarem diversos territórios simbólicos, que instituem lugares de fala dos jovens na cidade. Dessa forma, o espaço urbano potencializa o compartilhamento de sentidos e a produção de narrativas que passam a constituir situações comunicativas na cidade.

Os estudiosos da área da linguística Bakhtin (1992), Marcuschi (2008), Koch e Elias (2006) afirmam que os gêneros são exemplos de práticas comunicativas. Segundo Koch e Elias (2006, p. 55) os gêneros

> são todas as nossas produções, quer orais, quer escritas, se baseiam em formas-padrão relativamente estáveis de estruturação de um todo [...]. Longe de serem naturais ou resultados da ação do indivíduo, essas práticas comunicativas são modeladas/remodeladas em processos interacionais dos quais participam os sujeitos de uma determinada cultura.

Segundo Marcuschi (2008) as práticas comunicativas incluem as atividades sociais através das quais a linguagem é produzida. Em termos gerais, a noção de práticas comunicativas tem em seu escopo os usos da linguagem conforme os espaços sociais em que ela é atualizada. O autor afirma ainda que “os gêneros textuais não são o fruto de invenções individuais, mas formas socialmente maturadas em práticas comunicativas na ação linguageira” (MARCUSCHI, 2008, p. 189).

A partir dessa perspectiva, as práticas comunicativas pressupõem uma relação de interface entre a manifestação do social e do individual nos usos da linguagem nas esferas sociais, espaços em que as práticas comunicativas são desenvolvidas (SILVA, 2002).

Silva (2009) também discute práticas comunicativas a partir da identificação do uso dos gêneros discursivos por profissionais dos cursos de administração, psicologia, e secretariado executivo. A autora não traz uma definição clara dessas práticas, mas afirma que os gêneros discursivos são expressões das práticas comunicativas. Para ela o comunicado interno, ata, memorando, ofício, carta comercial, requerimento, relatório e *e-mail* são alguns dos exemplos de gêneros discursivos.

Lucena e Nascimento (2016) desenvolveram uma pesquisa com o intuito de apresentar e problematizar concepções contemporâneas que buscam descrever práticas comunicativas concretas situadas no mundo globalizado e que refletem o fluxo sem precedentes de pessoas, tecnologias, textos e recursos linguísticos. Essa pesquisa está voltada, principalmente, às concepções que visam captar a hibridez de práticas comunicativas constituídas por recursos de diferentes repertórios comunicativos (tradicionalmente reconhecidos como línguas) que emergem em situações reais de comunicação face a face ou são mediadas pela escrita e/ou outras tecnologias de comunicação e informação. Sendo assim, a compreensão de práticas comunicativas para esses autores está diretamente relacionada à noção de língua, por isso para eles a língua é o conjunto de práticas comunicativas performadas através de recursos móveis, heterogêneos, multimodais e multi-semióticos.

De acordo com Royer, Miane e Figueiredo (2016) é na forma discursiva que ocorrem as práticas comunicacionais, nas quais se pressupõe que o objeto da comunicação, seja o produto comunicativo ou a interação pretendida, que ao atingir

o público seja compreendido e transformado em práticas sociais. Para isso, o discurso deve ter um significado possível de ser compartilhado e produzir sentido para todos os envolvidos. Os autores realizaram um estudo sobre a revista Sesinho da Confederação Nacional da Indústria (CNI) e do Serviço Social da Indústria (SESI), pois para eles essa é uma das formas discursivas realizadas pelo SESI.

Diante desses esses estudos pode-se perceber que o termo práticas comunicativas é amplamente utilizado em diversas áreas do conhecimento e diz respeito tanto às ações cotidianas, quanto às ações realizadas através de algum meio de técnico. Dessa forma entende-se as práticas comunicativas com resultado dos processos comunicativos, ou seja, elas são reflexos das trocas comunicacionais. À medida que ocorre a troca de mensagens/conteúdos entre o emissor e o receptor, e à medida que o receptor entende, interpreta e reinterpreta a mensagem segundo seu contexto relacional são estabelecidas as práticas comunicativas.

Com a evolução dos meios técnicos as práticas comunicativas também sofreram transformações. Isso porque as trocas comunicacionais deixaram de ser realizadas apenas através da interação face a face e a partir do mesmo espaço temporal, para serem realizadas por meio das redes no ciberespaço. E diante dessas transformações estão às bibliotecas universitárias, objeto de análise dessa pesquisa, que são o reflexo das transformações ocorridas na sociedade. Por isso para investigar como as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook* em suas práticas comunicativas é necessário compreender primeiro as mudanças ocorridas na sociedade que afetaram os processos de produção, transmissão e uso da informação que refletiram, diretamente, na atuação das bibliotecas. Por isso no capítulo seguinte é apresentado as TICs e sua relação com as transformações sociais que refletiram tanto nas práticas comunicativas, quanto nas bibliotecas universitárias.

3 AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO

A evolução tecnológica propiciou à disfunção entre o espaço e o tempo. O distanciamento espacial foi aumentado, enquanto que, a demora temporal foi sendo virtualmente eliminada. Essa disjunção contribuiu também para a simultaneidade não espacial, tornando possível a experimentação de eventos simultâneos, apesar de acontecerem em lugares distintos (THOMPSON, 1998). Diante disso, o campo de trocas comunicacionais foi ampliado e o processo comunicativo deixou de ser realizado somente a partir da interação face-a-face, no qual, o processo comunicativo dá-se a partir da presença dos indivíduos no mesmo espaço físico, para ser realizado por meio das redes.

Essas mudanças possibilitaram novas formas de socialização, nas quais os indivíduos passaram a se comunicar e interagir por meio das redes. Segundo Castells (2006) as redes de comunicação digital são a coluna vertebral da sociedade em rede e a comunicação em rede transcende fronteiras, já que essa sociedade é global, e baseada em redes globais.

Para Castells (2006, p. 20) a sociedade em rede é uma nova forma de organização social que possuí uma estrutura social “baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação, fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação”. O autor afirma que nesta sociedade a tecnologia é vista como condição necessária, mas não é suficiente para a construção de uma nova organização social. Segundo ele, a tecnologia não determina a sociedade, mas sim a sociedade que determina os usos da tecnologia, sendo que é a sociedade que dá forma à tecnologia segundo as suas necessidades (CASTELLS, 2006). Característica que reforça o papel ativo do receptor no processo comunicacional, conforme se viu anteriormente.

Nesta ótica ao mesmo tempo em que as tecnologias moldam a sociedade, elas também são moldadas por ela. As TICs “exercem influências profundas na vida cotidiana, contudo elas não são autônomas e, portanto, não podem ser desvinculadas do contexto social em que foram produzidas” (MORIGI; PAVAN, 2004, p. 119).

Na sociedade em rede a informação é considerada essencial para o desenvolvimento do indivíduo e da sociedade, ela é vista como um recurso redutor de incertezas e se considerada de maneira ampla é a matéria-prima e o produto

para o processo de produção do conhecimento. Segundo Lévy (2011) a informação e o conhecimento passaram a ser fontes de produção de riquezas, e consequentemente, bens econômicos primordiais para o desenvolvimento.

O avanço das TICs contribuiu também para mudanças nos processos de produção, armazenamento e circulação de informação passaram por significativas transformações, as formas simbólicas passaram a ser produzidas e reproduzidas em alta escala e ficaram acessíveis a indivíduos dispersos no tempo e no espaço (THOMPSON, 1998). Do ponto de vista cultural as fronteiras foram quebradas, o acesso aos produtos culturais deixou de ser restrito as comunidades locais, para se tornarem produtos disponíveis globalmente. Dessa forma, ampliou-se o acesso as informações que até então estavam disponíveis para poucos privilegiados, “[...] a relação intensa com a aprendizagem, a transmissão e a produção de conhecimentos não é mais reservada a uma elite, diz agora respeito à massa de pessoas em suas vidas e seus trabalhos” (LÉVY, 2010, p. 175).

As TICs transformaram o mundo em uma verdadeira aldeia global. A informação circula com mais facilidade, em curto espaço de tempo. Já não são necessários grandes esforços para encontrá-la. Cada vez mais, eventos, fenômenos e fatos que ocorrem em vários lugares do mundo são divulgados de forma quase simultânea (GASQUE, 2012).

Ocorre então a descentralização dos processos de comunicação e em tese a democratização do acesso a informação, principalmente, através da internet. Isso porque a informação passou a estar disponível nas redes para todos aqueles que dela necessitam a qualquer tempo e a partir de qualquer lugar.

A abertura de mercado e igualdade de oportunidade para todos, onde as populações fariam e poderiam fazer parte de um mesmo mundo de uma mesma realidade, é a premissa de uma sociedade globalizada, porém na prática a globalização trouxe à tona um lado “obscuro” da sociedade em rede: a exclusão digital. Isso porque na prática os fatores sociais e econômicos impedem que o acesso livre as informações aconteça (DINIZ, 2017).

Nos países desenvolvidos a inserção dos indivíduos na sociedade em rede ocorre como consequência natural do desenvolvimento. Enquanto que nos países subdesenvolvidos, nos quais, ainda existem altos índices de desigualdades sociais e uma escassa infraestrutura tecnológica para viabilizar o acesso a internet, e tão pouco, uma educação de qualidade que contribua para o desenvolvimento das

habilidades mínimas, a inserção dos indivíduos nessa sociedade ocorre de forma imperativa, independente das condições existentes acentuando ainda mais as desigualdades (CASTELLS, 2006).

Dessa forma, para que haja realmente a democratização do acesso a informação os indivíduos precisam ter uma educação de qualidade voltada para o aprender a aprender, que visa contribuir para o desenvolvimento de habilidades e competências cognitivas, para formar cidadãos críticos capazes de sobressair diante dessa sociedade em rede (GASQUE, 2012).

Dentro desse contexto as bibliotecas universitárias como centros disseminadores da informação e responsáveis por atender as necessidades informacionais de seus usuários, podem contribuir para a formação dos indivíduos capacitando-os para que estes aprendam a lidar de forma eficaz e eficiente com a informação (GASQUE, 2012).

Para Martín-Barbero (1995, p. 54) o que a revolução tecnológica introduz na sociedade é uma nova relação entre os processos simbólicos e as formas de produção e distribuição dos bens e serviços. Um novo modo de produzir, associado também a um novo modo de se comunicar.

A comunicação está se movimentando de um sistema *mass media* (comunicação de massa) para um sistema multimídia, especializado e fragmentado, e que permite a seus usuários estabelecerem a recepção de conteúdos cada vez mais segmentada segundo as suas necessidades e desejos.

Isso porque a troca de informação e as práticas comunicativas passam a acontecer também no ciberespaço, a relação unidirecional entre o emissor e o receptor é quebrada e a comunicação passa de “um para todos” para “todos para todos”. Segundo Lévy (2010) o ciberespaço é um espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e tem como principais características o caráter plástico, fluido, hipertextual e interativo.

O ciberespaço pode ser entendido como um novo mundo, um novo espaço de significações, um novo meio de interação, comunicação e de vida em sociedade. Esse espaço não é irreal ou imaginário, existe de fato, e o faz em um plano essencialmente diferente dos espaços até então conhecidos. A emergência dele possibilita o surgimento de uma nova era da sociedade (MONTEIRO, 2007).

> O ciberespaço implica uma nova relação de tempo e espaço. O espaço não é mais concreto, localizado em um território, mas um espaço cibernético, virtual, abstrato. O tempo não é mais linear, não é mais o tempo da História, cronológico; é o tempo real, o agora e atual (MONTEIRO, 2007, p. 6).

Nesse sentido, a internet se constitui a base material e tecnológica da sociedade e rede. Ela é a infraestrutura tecnológica e o meio organizativo que permite o desenvolvimento de novas formas de relação, de trabalho e de comunicação (CASTELLS, 2010). Dessa forma, a internet é a base técnica, enquanto que a *Word Wibe Web – web* é a interface multimídia que permite aos usuários acessar e participar da construção de conteúdos. Segundo Monteiro (2007) a *web* é o principal constructo do ciberespaço, pois é onde convergem as linguagens e a interoperabilidade necessária para efetuação das trocas simbólicas.

Assim com o surgimento de novos meios de comunicação, com a expansão do acesso à internet e com a evolução da *web* surgem novas formas de se comunicar e, consequentemente, novas práticas comunicativas. E as bibliotecas universitárias enquanto integrantes da sociedade em rede e responsáveis por atender as necessidades informacionais de seus usuários, devem estar também presentes no ciberespaço. De forma que novas formas de sociabilidade, de interação e comunicação se estabeleçam entre elas e seus usuários.

As mídias sociais emergiram a partir da evolução da *web*, por isso para entender esse fenômeno é importante antes entender o processo evolutivo da internet, bem como o surgimento da web 2.0. Por esse motivo nas seções abaixo é apresentada uma breve história da internet e a evolução da web, para logo em seguida expor a literatura sobre as mídias sociais.

3.1 DO SURGIMENTO DA INTERNET A *WEB* 2.0

A internet surgiu em 1969, a partir do trabalho desenvolvido pela Agência de Projetos de Pesquisas Avançadas (ARPA) do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, inicialmente ela foi chamada de ARPANET. Por volta de 1980 a ARPANET passou a ser chamada de internet, o termo tal como conhecemos hoje (CASTELLS, 2010).

O projeto da ARPANET foi desenvolvido para interligar os computadores com o intuito de atender a objetivos militares. Este projeto surgiu como uma resposta

do Governo Americano ao lançamento do primeiro Sputnik pela União Soviética, pois até então toda a comunicação da rede passava por um computador central localizado no Pentágono, o que deixava os Estados Unidos vulnerável a ataques e, consequentemente, se um ataque acontecesse haveria uma desestruturação de toda a rede de comunicação dos Estados Unidos (CASTELLS, 2010).

Para realizar a troca de informação entre os computadores conectados na rede, o projeto da ARPANET utilizou a comunicação da troca de pacotes, o que tornou esta rede capaz de comunicar seus nós sem usar centros de controle (CASTELLS, 2010). Mas com o passar dos anos percebeu-se que essa estrutura de troca de pacotes não era suficiente para instituir uma teia mundial de comunicação, pois era preciso que os computadores estivessem interligados uns aos outros por isso cientistas desenvolveram o protocolo TCP/IP (*transmission control protocol e* internet *protocol*). O protocolo TCP/IP foi adotado como padrão internacional, porque ele assegurou a interoperabilidade e a interconexão de diversas redes de computadores.

Por volta de 1990 um novo salto tecnológico permitiu a difusão da internet na sociedade em geral, a criação da teia mundial de computadores a *World Wide Web (w.w.w)* que organizava o teor dos *site*s da internet por informação. A w.w.w ou *web* foi inventada por um grupo de pesquisadores do CERN (*Centre Européen Poour Recherche Nucleaire*) coordenado por Tim Berners Lee e Robert Cailliau (CASTELLS, 2010). De acordo com Lévy (2010, p. 44) a *web* “permite interconectar através de *vínculos hipertextos* todos os documentos digitalizados do planeta e de torná-los acessíveis com alguns cliques a partir de qualquer ponto do globo”

A W*orld Wide Web* ou rede mundial de computadores (em português) é entendida como um sistema de informações ligados através da hipermídia, que permite aos usuários acessar os conteúdos disponíveis na internet de forma mais fácil. A *web* é a parte multimídia da internet, portanto ela possibilita a exibição de páginas de hipertexto, ou seja, documentos que podem conter todo o tipo de informação: textos, fotos, animações, vídeos, sons, e programas que permite conexões entre documentos (links). Na internet a informação é disposta em *site*s, por isso a *web* é formada por milhões de *site*s que podem conter uma ou mais páginas ligadas entre si, cada qual em um endereço particular (CONTI, 2015).

Após a invenção da *web* surgiram também os navegadores que foram desenvolvidos para melhorar a interface gráfica e consequentemente melhorarem a

interação com o usuário e facilitar o uso. Com o passar dos anos muitas melhorias foram feitas e surgiram outros mecanismos para ampliar a utilização da internet. Um exemplo disso é a evolução da própria *web*.

A fase inicial da *web* pode ser denominada de *web 1.0.* Ela é caracterizada pelo período em que a internet era estática e com pouca interatividade, os *site*s apenas apresentavam informações para seus usuários, não era possível a criação de conteúdo e nem a interatividade on-line entre os usuários e os responsáveis pelos *site*s.

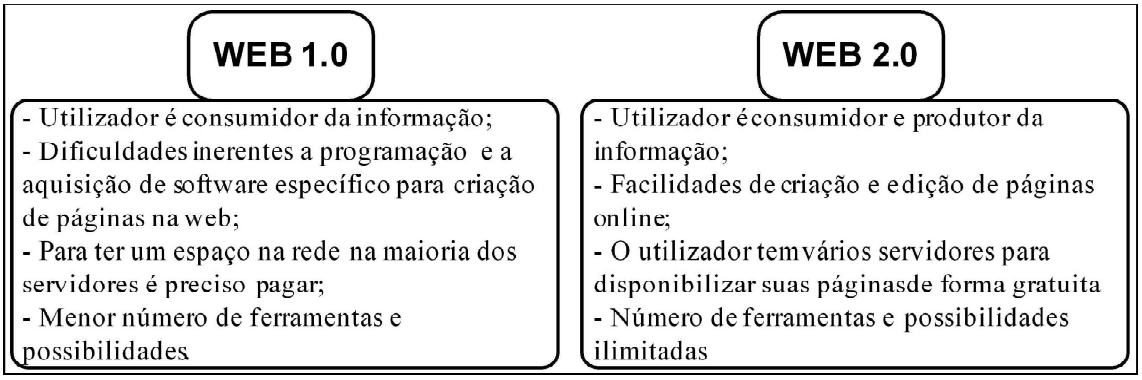
Ao contrário da *web 1.0* a *web 2.0* trouxe inúmeras possibilidades de interação e participação entre os usuários. O termo *web* 2.0 foi cunhado por O'Reilly em uma conferência promovida pelas empresas de mídia MediaLive e O'Reilly mídia em 2004 e pode ser entendido como uma *web* mais interativa e dinâmica que permite maior participação dos usuários na produção, na disseminação, na edição e na publicação de conteúdos na rede. (O'REILLY, 2005).

> Assim, começava a nascer à segunda geração de serviços on-line e o conceito da *Web* 2.0, surgindo um nível de interação em que as pessoas poderiam colaborar para a qualidade do conteúdo disponível, produzindo, classificando e reformulando o que já está disponível (BLATTMANN; SILVA, 2007, p. 197).

Segundo Cormode e Krishnamurthy (2008, tradução nossa), a diferença essencial entre a *Web 1.0 e a Web 2.0* reside nos criadores de conteúdo, que eram poucos na *Web 1.0*, pois a maior parte dos usuários simplesmente atuavam como consumidores de conteúdo, enquanto que na *Web 2.0* qualquer participante pode ser um criador de conteúdo. Além disso, os autores afirmam que a *web 2.0* proporcionou a criação de inúmeros auxílios tecnológicos para maximizar o potencial de criação de conteúdos.

Algumas diferenças entre a *web* 1.0 e a *web* 2.0 são apresentadas por Coutinho e Bottentuit Junior (2007) na figura abaixo:

Figura 1 – Diferenças entre *Web* 1.0 e *Web* 2.0



Fonte: Elaborado por Coutinho e Bottentuit Junior (2007)

Maness (2007, p. 43) afirma que a *Web 2.0* "não é uma *Web* de publicação textual, mas uma *Web* de comunicação multisensitiva. Ela é uma matriz de diálogos, e não uma coleção de monólogos. Ela é uma *Web* centrada no usuário de maneira que ela não tem estado distante de ser". Aguiar (2012, p. 46) complementa tal afirmação dizendo que

> O surgimento da primeira *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.

Nesse contexto da *web 2.0* os usuários deixam de ser vistos apenas como consumidores e receptores de conteúdos, para tornarem-se também produtores. Isso é possível devido às diversas ferramentas *web 2.0* disponíveis, que permitem aos usuários criar conteúdos, compartilhar fotos, vídeos e documentos, comentar, avaliar e marcar conteúdos com as *tags.*

Maskill e Owen (2006) acreditam que as ferramentas da *web 2.0* são "plataformas da base *web* que permite os usuários ter acesso, contribuir, descrever, colher, marcar e anotar conteúdos advindos da *web* em vários formatos tais como texto, vídeo, áudio, imagens e gráficos." (MASKILI; OWEN, 2006 apud TRIPATHI; KUMAR, 2010, p. 197, tradução nossa). Existem várias ferramentas da *web 2.0* e um dos exemplos dessas ferramentas são as mídias sociais, sendo essas o foco dessa pesquisa.

3.1.1 As Mídias sociais

Segundo Santaella (2003, p. 25) “[...] mídias são meios, e meios, como o próprio nome diz, são simplesmente meios, isto é, suportes materiais, canais físicos, nos quais as linguagens se corporificam e através dos quais transitam”.

Com a evolução das TICs houve um salto na evolução das mídias. Surgiram as novas mídias que segundo Manovich (2005, p. 27)

> são objetos culturais que usam tecnologia computacional digital para distribuição e exposição. Portanto, a internet, os *site*s, a multimídia dos computadores, os jogos de computadores, os CD-Roms, o DVD, a realidade virtual e os efeitos gerados pelo computador enquadram-se todos nas novas mídias.

De acordo com Telles (2011, p. 19) dentre essas novas mídias estão as mídias sociais, que segundo ele “são *site*s na internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos”. Dessa forma, os *site*s de compartilhamento de vídeos, de fotos, de apresentações, os *blog*s, os *microblogging* e os *site*s de redes sociais constituem as mídias sociais.

Lampe et al (2011, p. 2 apud PRIMO, 2012, p. 623) entendem mídias sociais como um conjunto de ferramentas cujas interfaces facilitam a interação no ciberespaço: o termo “mídias sociais” inclui uma variedade de ferramentas e serviços que viabilizam interação direta do usuário em ambientes mediados por computador. Para Kaplan e Haenlein (2010, p. 61 apud PRIMO, 2012, p. 623) o termo “mídias sociais são um grupo de aplicativos baseados na internet construídos a partir das fundações ideológicas e tecnológicas da *Web* 2.0, e que permitem a criação e intercâmbio de conteúdo gerado pelo usuário”.

Segundo Lima (2016, p. 25) “uma mídia social é uma estrutura para criação e compartilhamento de conteúdo de forma descentralizada sob a lógica de participação todos-para-todos ou muitos-para-muitos que usa a internet como meio de produção e transmissão”.

De acordo com Cipriani (2014, p. 5)

> As mídias sociais são ferramentas que permitem a formação de discussões entre as pessoas e a empresas na rede. Elas promovem vida em comunidade e cooperação, possibilidade de alterar ou misturar criações de terceiros, melhor experiência *on-line*, diversão, educação, controle e domínio do que queremos buscar ou usar, abrindo espaço para assuntos muito específicos e colocando o usuário em primeiro lugar e no centro das atenções.

No entanto é comum encontrarmos na literatura a utilização do termo redes sociais como sinônimo de mídias sociais, mas é importante ressaltar que esses termos não possuem o mesmo significado. Corroborando com essa ideia Telles (2011) afirma que as redes sociais é uma categoria das mídias sociais, sendo as mídias sociais formadas pelo conjunto das ferramentas da *web 2.0*.

As redes sociais existem mesmo antes do surgimento das TICs por se tratar de interações que já eram realizadas entre os indivíduos independente das tecnologias existentes, mas com a expansão tecnológica a utilização do termo redes sociais tornou-se mais recorrente. Por isso Recuero (2009, p. 13) faz uma distinção conceitual entre as redes sociais e as redes sociais na internet, na qual se propõe a pensar as redes sociais na internet "reconhecendo-as justamente como agrupamentos complexos instituídos por interações sociais apoiadas em tecnologias digitais de comunicação".

Segundo Cipriani (2014, p. 5) as redes sociais são "um dos tipos de ferramentas oferecidas pela plataforma *web* 2.0 e que constituem um dos melhores e mais conhecidos exemplos de mídia social".

> *Site*s de relacionamento ou redes sociais na internet são ambientes que focam reunir pessoas, os chamados membros, que uma vez inscritos, podem expor seu perfil com dados como fotos pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidades (TELLES, 2011, p. 19).

Diante dessas considerações pode-se afirmar que o termo mídias sociais é mais abrangente do o termo redes sociais, pois ele abrange os diversos tipos de mídias sociais existentes.

Existem vários tipos de mídias sociais como pode-se observar na imagem do Anexo 1 desta dissertação. Elas são classificadas por Telles (2011) como mídias de compartilhamento de fotos, *microblogging*, *blogs*, mídias de relacionamento social (*sites* de redes sociais), mídias de compartilhamento de apresentações, mídias de compartilhamento de vídeos. Vale ressaltar que existem outras classificações, tendo

em vista que cada autor apresenta a categorização das mídias sociais segundo suas próprias concepções. Mas no geral, não foge muito dessa classificação de Telles (2011).

As mídias sociais de compartilhamento de fotos são *site*s que buscam armazenar, organizar e compartilhar fotos. Segundo Cipriani (2014, p. 7) esse tipo de site possibilita aos usuários “enviar fotos que ficam expostos em forma de galeria virtual, onde outros usuários podem votar o conteúdo, postar comentários, enviar para amigos, entre outras funcionalidades”.

O *Flickr* é um exemplo de mídia social de gerenciamento e compartilhamento de fotos e vídeos *online*, que tem dois objetivos principais, sendo o primeiro possibilitar que as pessoas compartilhem suas fotos e vídeos para quem elas desejam, e o segundo proporcionar diversas organizações de suas fotos e vídeos. No *Flickr* é possível permitir que amigos, família e outros contatos organizem seus conteúdos e não apenas adicionem comentários, mas também notas e tags. Para utilizar essa ferramenta o usuário precisa criar uma conta e realizar algumas definições de privacidade, na qual o usuário definirá se suas fotos e vídeos serão públicas, privadas ou restritas aos amigos (FLICKR, 2018). Mas além do *Flickr* existem outras mídias sociais que se enquadram nessa categoria de compartilhamento de fotos, tais como: Photobucket, ImageShack, Imgur e etc.

Os *microblogging* são uma forma de *blog*, no entanto se distinguem dos *blog*s por permitir apenas comunicação por meio de publicações de mensagens curtas. Para Cipriani (2014, p. 7) esse tipo de site “são plataformas abertas para publicação de textos curtos [...] onde os leitores de determinado autor podem responder ou replicar o texto enviado por ele como se passasse a informação para frente”. Se destacam por possibilitar uma comunicação rápida e instantânea, justamente pela sua limitação de caracteres na construção da mensagem.

O *Twitter* é uma rede social que se enquadra na categoria dos *microblogging*, ele é um serviço que permite a publicação de mensagens com até 140 caracteres. Além de gerar conteúdo é possível também o receber atualizações de outros usuários (TWITTER, 2018). Além do *Twitter*, existem também *Jaiku, Identi.ca, Yahoo! meme*, entre outros.

O *blog,* também chamado de *weblog*, é uma ferramenta *online* que possibilita aos usuários o compartilhamento de informações, no qual são apresentadas na ordem reversa, ou seja, da publicação mais recente para a mais

antiga. De acordo com Recuero (2009) o *weblog* surgiu como uma ferramenta simples que possibilita a criação de conteúdo dinâmico em um *website*, para a autora no blog são realizadas publicação de pequenas porções de texto inseridas uma de cada vez e atualizadas frequente, sendo essas porções de textos chamados de *posts.*

Segundo Cipriani (2008, p. 25) “blog é simplesmente uma página de internet muito fácil de implementar e colocar no ar. Alia-se a isso o fato de que possui uma interface agradável e simples de usar, o que abre as portas para qualquer pessoa que não saiba os segredos da programação *web*”. Além dessa facilidade de uso proporcionada pelos *blogs,* essas ferramentas oferecem ainda a possibilidade de personalização e de utilização para os mais variados fins, que vão desde propósitos individuais até empresariais. Sobre o conteúdo, essa mídia social permite a publicação de diversos formatos de arquivos, tais como: textos, imagens, músicas ou vídeos. O *Wordpress*, o *Tumblr* e o *Blogger* são alguns dos exemplos desse tipo de mídia social.

O *blogger* é uma plataforma gratuita oferecida pelo Google, para criar um *blog* nessa plataforma basta apenas ter uma conta no *Google*. Ele oferece a hospedagem e diversos recursos que permitem ao usuário criar e personalizar seu *blog* de acordo com suas necessidades (GOOGLE, 2018).

As mídias sociais de compartilhamento de apresentações como o próprio nome diz, são plataformas que permite os usuários compartilharem apresentações de diversos assuntos. O *slidshare* é um exemplo desse tipo de mídia, que permite o compartilhamento de apresentações com o mundo inteiro. Além de compartilhar, os usuários podem acessar e baixar as apresentações disponíveis (LINKEDIN CORPORATION, 2018)

As mídias sociais de compartilhamento de vídeos permitem aos usuários carregarem e compartilhar vídeos e o *YouTube* é o mais famoso dentre esse tipo de mídia social. O *YouTube* é gratuito e oferece a seus usuários a possibilidade de carregar e assistir vídeos (tanto os seus, quanto os de outros usuários), comentar e expressar opiniões sobre o vídeo. Para assistir os vídeos não é necessário se cadastrar, mas para usar os outros recursos sim. Além do *YouTube* existem ainda o *Vimeo,* o *Dalymotion*e outros menos conhecidos (YOUTUBE, 2018).

As mídias de relacionamento social são as mídias sociais mais conhecidas, elas permitem aos seus usuários compartilhar informações pessoais, trocar

mensagens, compartilhar conteúdos, participar de grupos, e etc. Segundo Telles (2011, p. 82)

> Os *sites* de relacionamento ou redes sociais são ambientes que focam reunir pessoas, os chamados membros, que, uma vez inscritos, podem expor seu perfil com dados como fotos pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidades.

O *Facebook* é o *site* de rede social que mais tem usuários ativos no mundo segundo os resultados da pesquisa *Digital in* 2018 (*WE ARE SOCIAL,* 2018). Apesar de ser o mais popular existem outros exemplos de *site* de redes sociais, tais como, o *Myspace*, *LinkedIn*, *Google +, Formspring,* entre outros. No entanto, como o objetivo geral dessa pesquisa é identificar os usos do *Facebook* pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras em suas práticas comunicativas a próxima seção é destinada para retratar especificamente o *Facebook.*

3.1.1.1 O *Facebook*

O *Facebook* é um *site* de relacionamento social que busca tornar as pessoas mais conectadas, e tem como missão fazer do mundo um lugar mais aberto e conectado. Ele foi desenvolvido em 2004 por Mark Zuckerberg e os coofundadores, Dustin Moskovitz, Chris Hughes e Eduardo Saverin. De 2004 até hoje várias melhorias foram realizadas e, atualmente, o *Facebook* conta com dois bilhões de pessoas conectadas (*FACEBOOK*, 2018a).

Essa mídia social disponibiliza a seus usuários algumas funcionalidades tais como a possibilidades de fazer publicações, curtir páginas, participar de grupos, trocar mensagens, compartilhar, comentar e esboçar reações nas publicações dos amigos e das páginas, usar aplicativos disponível dentro da própria rede social e entre outros recursos, conforme é apresentado na figura abaixo.

Figura 2 – Alguns recursos do *Facebook*

Recursos	Descrição
Eventos	Permite que os membros informem seus amigos sobre novo evento da comunidade Possibilita a criação de encontros sociais
Chamada de voz e vídeo	Os usuários podem fazer chamadas de voz e vídeo ao vivo, bem como deixar mensagens de voz para outros usuários
Restrição de visualização	A visualização de dados detalhados de um membro é restrita para participantes de uma mesma rede ou amigos confirmados
Reconhecimento facial	Por meio de um algoritmo, o *Facebook* coleta dados das fotos publicadas pelo usuário e sugere os nomes dos amigos presentes
Mural	Espaço no perfil do usuário que permite que amigos postem mensagens, visível para qualquer pessoa autorizada a ver o perfil
Status	O usuário pode informar aos seus amigos, via postagem de fotos, vídeos, comentários etc., coisas do seu interesse no *Feed* de Notícias (publicações em geral) do *Facebook*

Fonte: Elaborado por Santos (2016)

Para usar o *Facebook* é necessário criar uma conta e ao se cadastrar, automaticamente, é criado um perfil pessoal que representa um indivíduo, por isso é destinado, exclusivamente, para pessoas e não deve ser usado por empresas, marcas, organizações e instituições.

> O Facebook funciona através de perfis e comunidades. Em cada perfil é possível acrescentar módulos de aplicativos (jogos, ferramentas, etc.). O sistema é muitas vezes percebido como mais privado que outros sites de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil uns dos outros. Outra inovação significativa do Facebook foi o fato de permitir que usuários pudessem criar aplicativos para o sistema (RECUERO, 2014, p.184).

O perfil possibilita que usuários estabeleçam até cinco mil conexões, ou seja, tenham até cinco mil amigos na rede. Além disso, é possível personalizá-lo de acordo com suas preferências, adicionando fotos, criando álbuns, definido o nome de usuário que irá aparecer na barra de endereços, adicionando favoritos e entre outros.

No *Facebook*, além dos perfis, existem as páginas ou *fanpage* que podem ser criadas e administradas por qualquer pessoa que tenha uma conta no *Facebook.* Elas servem para empresas, marcas, organizações e figuras públicas

compartilharem suas histórias e se conectarem com as pessoas. E assim como os perfis, as páginas podem ser personalizadas com histórias, eventos e entre outros. As pessoas que curtem ou seguem uma página podem receber atualizações no *feed* de notícias delas.

> A *fanpage* é, em essência, uma página do *Facebook* que pode ser seguida pelos usuários e interessados em determinada marca ou empresa, formando assim uma comunidade on-line de pessoas com interesses comuns sobre a marca ou empresa. Esta página pode oferecer uma estratégia de marketing digital eficiente e de baixo custo (SCHNEIDER, 2013, p.72).

De acordo com o *Facebook* (2018a) as páginas foram projetadas para empresas e organizações, com recursos que ajudam a entrar em contato com clientes e atingir seus objetivos. Além disso, é possível ter acesso as métricas para acompanhar o desempenho da página e contribuir para o planejamento do uso das mesmas. Na opção informações da página é possível obter relatórios sobre: quantas pessoas suas publicações alcançaram e quantas pessoas se envolveram com suas publicações; o número de pessoas que ligaram para sua empresa por meio da sua página; o número de vezes que você respondeu aos clientes e seu tempo médio de resposta; o número de *check-ins* que as pessoas fizeram em sua empresa por meio de publicações.

Outros recursos ofertados pelas páginas consistem na possibilidade de criação de anúncios e na delegação de funções, sendo essa última baseada na concessão de acesso a outras pessoas para que elas possam ajudar na manutenção da página.

O usuário ao criar uma página torna-se, automaticamente, administrador da mesma, mas nem por isso será a única pessoa a gerenciá-la. Pois o *Facebook* disponibiliza a opção de delegar funções para que o administrador atribua funções as outras pessoas da instituição que irá ajudar na manutenção da página. Várias pessoas podem ter funções em uma página, mas cada uma delas deve ter uma conta pessoal do *Facebook.* A tabela abaixo descreve as 6 funções da página e o que elas podem fazer

Figura 4 – Funções da página

	Administrador	Editor	Moderador	Anunciante	Analista	Colaborador ao vivo
Gerenciar as funções e configurações da Página	✔					
Editar a Página e adicionar aplicativos	✔	✔				
Criar e excluir publicações em nome da Página	✔	✔				
Pode publicar ao vivo como a Página usando um dispositivo móvel	✔	✔				✔
Enviar mensagens como a Página	✔	✔	✔			
Responder e excluir comentários e publicações na Página	✔	✔	✔			
Remover ou banir pessoas da Página	✔	✔	✔			
Criar anúncios, promoções ou publicações impulsionadas	✔	✔	✔	✔		
Ver informações	✔	✔	✔	✔	✔	
Ver quem publicou como a Página	✔	✔	✔	✔	✔	

Fonte: *Facebook* (2018a)

O *messenger* é outro recurso ofertado pelo *Facebook* que possibilita o contato por mensagens instantâneas. Esse recurso pode ser usado para conversar com os usuários, conhecer a opinião deles, responder a perguntas e dar informações sobre sua instituição. Pode ser útil para ampliar a comunicação com o usuário, mas o próprio *Facebook* alerta que a ativação desse recurso só deve ser feita quando a instituição está preparada para responder as mensagens, pois requer um comprometimento constante.

Como pode-se observar o *Facebook* possui vários recursos que podem ser utilizados pelas bibliotecas para ampliar a comunicação com os usuários e melhorar a divulgação dos seus produtos e serviços. No entanto, cabe as bibliotecas conhecer

e saber usar esses recursos para que o *Facebook* possa ser incorporado a realidade da biblioteca em prol de melhorias constantes.

4 AS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: ASPECTOS TEÓRICOS E CONCEITUAIS

As bibliotecas universitárias são instituições responsáveis por ofertar recursos informacionais para atender as demandas de seus usuários. Foi com o aparecimento das universidades que surgiram as primeiras bibliotecas universitárias, fato que se caracterizou como um ponto importante para evolução delas, pois apesar das universidades terem surgido sob a tutela das ordens religiosas, essas estavam a caminho da laicização. O que indicou um novo momento, no qual, os livros extravasam o âmbito da religiosidade e avançavam para outros territórios (MILANESI, 2002).

Segundo Fujita (2005, p.98) as bibliotecas universitárias são “um sistema de informação que é parte de um sistema mais amplo, que poderia ser chamado sistema de informação acadêmico, no qual, a geração de conhecimentos é o objeto da vida universitária”. E por sua vez, as universidades, sistema no qual essas bibliotecas estão diretamente ligadas, fazem parte de sistemas maiores e ambos integram a sociedade. E pensar a biblioteca dentro desse contexto mais amplo é compreender que sua atuação não pode ser desvinculada desse meio ambiente acadêmico. Por isso, para entender o papel da biblioteca universitária é importante analisar o contexto ao qual ela está inserida.

As universidades brasileiras são consideradas instituições pluridisciplinares de formação dos quadros profissionais de nível superior. Possuem autonomia didático-científica, administrativa, de gestão financeira e patrimonial, obedecendo ao princípio de indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão (BRASIL, 1996).

Para Chauí (2003, p. 1) “a universidade é uma instituição social e como tal exprime de maneira determinada a estrutura e o modo de funcionamento da sociedade como um todo”. E por isso essa instituição tem a sociedade como seu princípio e sua referência normativa e valorativa. De acordo com Dias Sobrinho (2005, p. 164) a universidade está dentro da “tessitura complexa e contraditória da sociedade, em relações de mútuas interatuações”, por isso à medida que a sociedade passa por transformações essas instituições são instigadas a refletir sobre sua atuação e realizar as mudanças para atender as demandas da sociedade.

Diante disso, deve-se ressaltar o processo da globalização econômica que provocou inúmeras transformações na sociedade e, consequentemente, tem

influenciado na atuação das universidades, isso porque segundo Dias Sobrinho (2005, p. 165)

> A globalização invade todos os cantos do mundo, seja as microdimensões do cotidiano ou as grandes manifestações cada vez mais multiculturais das sociedades, influencia as novas configurações societais, altera as velhas noções de espaço e tempo na comunicação, expande as estruturas de informação, potencializa a mobilidade, imprime novos perfis no mundo do trabalho, impulsiona o acúmulo exponencial dos conhecimentos, gera mudanças nos campos das ciências e das tecnologias, produz o declínio das certezas, aumenta a complexidade nas relações humanas e na vida em geral.

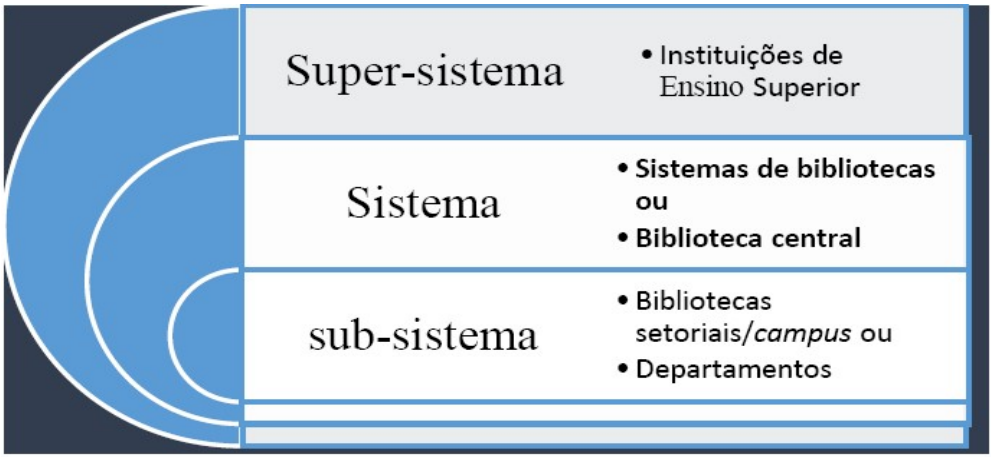
O Fenômeno da globalização alterou os cenários político, econômico e social, mas a maior contribuição foi a revolução tecnológica das comunicações que ampliou a capacidade de produção, acumulação e veiculação de informação (FUJITA, 2005). E essas TICs afetaram tanto o desenvolvimento das atividades acadêmicas, quanto à atuação das instituições de ensino superior que tiveram que incorporá-las a sua realidade. E a biblioteca universitária enquanto parte integrante desse sistema também foi afetada (CUNHA, 2000).

Isso porque as bibliotecas universitárias são instituições sociais que integram a sociedade e seu desenvolvimento é reflexo das transformações sociais, tendo assim, sua estrutura modificada continuamente pelas novas demandas e pelas implicações estabelecidas em cada período histórico social (MUNIZ, 2014).

As bibliotecas universitárias são unidades sem autonomia própria e estão vinculadas a uma unidade de ensino superior. Elas têm por objetivo dar suporte para o ensino, pesquisa e extensão, sendo esses o foco principal da universidade. Seu público alvo é a comunidade acadêmica, embora possa ser acessível à comunidade em geral (FERREIRA, 1980).

Quanto à sua estrutura, elas podem ser uma única biblioteca ou várias organizadas como um sistema ou rede (CUNHA; CAVALCANTI, 2008). Mas é importante ressaltar que na maioria dos casos a biblioteca universitária faz parte de um super sistema, que é representado pela instituição de ensino superior a qual pertence, e ao mesmo tempo, é integrante também de um sistema de bibliotecas (com a estrutura organizacional de bibliotecas centrais e bibliotecas setoriais ou de sistema de bibliotecas). Dessa forma, para compreender a biblioteca universitária é preciso ter uma visão sistêmica.

Figura 3 – Níveis de sistemas que envolvem as bibliotecas



Fonte: Elaborado por Faqueti et. al (2017) com base em Tarapanoff (1982).

Entender essas bibliotecas como parte de um sistema significa compreender que todo o planejamento delas deve ser feito de forma integrada e que os produtos e serviços oferecidos devem estar em consonância com o meio no qual elas estão inseridas. Suas atividades devem ser pensadas "[...] com o intuito de agir interativamente para ampliar o acesso à informação e contribuir para a missão da universidade" (NUNES; CARVALHO 2016, p. 179).

Sendo assim, a biblioteca universitária "insere-se em um contexto universitário cujos objetivos maiores são o desenvolvimento educacional, social, político e econômico da sociedade humana" (FUJITA, 2005, p. 101). Assim como a universidade deve estar voltada para as necessidades educacionais, culturais, científicas e tecnológicas da sociedade, as bibliotecas universitárias também devem trabalhar visando esses mesmos objetivos (FERREIRA, 1980). Desse modo, a biblioteca deve compreender que sua atuação não poderá estar desvinculada do meio acadêmico e a oferta de produtos e serviços deverá ser baseada nas demandas do seu público alvo, que também fazem parte desse super sistema.

Quanto às suas funções, Fujita (2005, p. 100) elenca as seguintes:

> - Armazenagem do conhecimento: desenvolvimento de coleções, memória da produção científica e tecnológica, preservação e conservação;
> - Organização do conhecimento: qualidade de tratamento temático e descritivo que favoreça o intercâmbio de registros entre bibliotecas e sua recuperação;
> - Acesso ao conhecimento: a exigência de informação transcende o valor, o lugar e a forma e necessita de acesso. Por isso devemos pensar não só em fornecer a informação, mas possibilitar o acesso simultâneo de todos.

Para atender a essas funções básicas e cumprir com o seu papel dentro da universidade a biblioteca universitária oferece alguns produtos e serviços como por exemplo: o empréstimo domiciliar, renovação e devolução de materiais informacionais, emissão de ficha catalográfica, acesso a bases de dados, consulta on-line ao catálogo da biblioteca, treinamento para o uso da biblioteca, treinamento para a pesquisa em base de dados, a comutação bibliográfica, a aquisição de materiais informacionais, laboratórios de informática, *wifi*, repositórios institucionais e entre outros.

A biblioteca universitária, assim como os outros tipos de bibliotecas, oferece para seu público uma gama de produtos e serviços para atender as necessidades informacionais deles. E assim como ocorreu com as universidades que incorporaram em suas práticas as TICs para atender as demandas de sua comunidade e acompanhar as evoluções tecnológicas, as bibliotecas também o fez.

Esse tipo de bibliotecas tem acompanhado as evoluções tecnológicas, a passagem dos manuscritos para a utilização dos textos impressos, o acesso a base de dados bibliográficos, o uso do CD-ROM, o desenvolvimento da biblioteca digital, demonstram que elas sempre acompanharam e superaram os novos paradigmas tecnológicos (CUNHA, 2000).

Diante disso, pode-se afirmar que à medida que novas tecnologias surgiram às bibliotecas incorporavam-nas tanto nos fazeres bibliotecários, quanto nos produtos e serviços oferecidos. Um exemplo disso foi à utilização das TICs para elaboração e disponibilização de catálogos *online* de acesso público (OPAC) visando facilitar o acesso à informação por parte dos usuários (NUNES; CARVALHO, p. 2016).

Com o advento das TICs emergem novas concepções, nova práticas e também novas exigências. Segundo Lancaster (1994, p. 9) “a mudança mais óbvia que ocorreu como resultados das inovações tecnológicas pode ser expressa concisamente na frase acesso ao invés de propriedade”.

Nessa perspectiva o foco principal da biblioteca universitária deixou de ser o armazenamento e a organização do acervo, com intuito de preservar o conhecimento, para centrar-se nas necessidades dos usuários. Milanesi (2002, p. 77) menciona que “a organização do acervo não é mais a razão de ser da biblioteca. Surgiram os serviços de informação moldados aos grupos específicos [...]”.

A inclusão das novas TICs a partir das três últimas décadas do século XX trouxeram alterações em todas as esferas da sociedade contemporânea. Essas tecnologias possibilitaram não só a dissociação do espaço e o tempo, mas também trouxe mais autonomia para os usuários. Esses não são mais apenas usuários da informação ou receptores passivos e homogêneos, agora eles são também produtores de conteúdo e estão em contato por meio da internet com outros indivíduos que estão presentes na rede.

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação deu-se início a novas formas de socialização, no qual os indivíduos passaram a se comunicar e interagir por meio das redes. “Assim, as tecnologias de informação e comunicação, as redes de interconexão, as possibilidades síncronas de difusão de conteúdo, a interação e os aspectos da globalização são fatores marcantes nas estruturas da sociedade contemporânea” (MUNIZ, 2014, p. 24).

> Em consonância com essa nova realidade têm-se as bibliotecas, enquanto cenários organizacionais, que agregam em seus ambientes aspectos sociais e culturais e seguem na busca pelo equilíbrio entre tradição e inovação. Nessa conjuntura, a biblioteca se modifica, se transforma e se reinventa (MUNIZ, 2014, p. 24).

A inserção de novos recursos tecnológicos as práticas das bibliotecas se apresentam como uma alternativa e, também, como uma oportunidade para dinamizar os produtos e serviços oferecidos, no intuito de continuar atendendo as necessidades informacionais desse novo perfil de usuário. A utilização das mídias sociais representa uma boa opção para alcançar esses fins, por ser uma das ferramentas da *web* 2.0 que permite aos usuários sua efetiva participação.

Essa realidade tem contribuído para que as bibliotecas contemporâneas desenvolvam novas formas de se relacionar com os seus públicos-alvo, através desses meios de comunicação, ampliando e gerando novas possibilidades de estreitar os laços entre a biblioteca e seus usuários (ARAUJO; LOUREIRO; FREIRE, 2014, p. 70).

A sociedade está em constante transformação e as bibliotecas universitárias como parte integrante dessa sociedade devem também acompanhar essas evoluções. Por isso cabe a elas estabelecerem uma estrutura adequada às novas demandas e o primeiro passo é buscar uma melhoria continuada, planejando sempre seus produtos e serviços a partir de uma visão holística, redesenhando suas

atividades e seus processos, simplificando-os, agilizando-os e tornando-os mais eficazes e flexíveis (GARCEZ, RADOS, 2002).

4.1 BIBLIOTECA 2.0

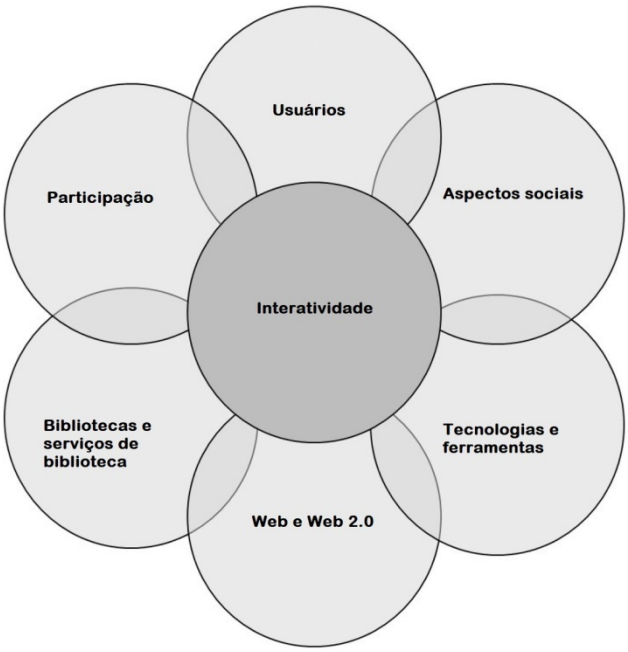
O avanço das TICs tem contribuído para a reestruturação dos processos de comunicação, de produção, de transmissão e uso da informação. A partir do surgimento da *web* 2.0 os usuários deixaram de ser meros receptores de informação para tornarem-se produtores e participe do processo comunicacional.

Esse cenário de transformações refletiu nas bibliotecas universitárias e exigiu e, ainda exige uma nova concepção para sua atuação. Emerge então o conceito de biblioteca 2.0 que é entendida como aquela que está em todos os lugares, não existindo barreiras físicas e nem definições espaciais e sua organização é centrada nos usuários.

O termo biblioteca 2.0 (*Library 2.0*) foi concebido por Michael Casey em seu *blog* Libray Crunch. Para Maness (2007, p. 44) ele pode ser definido como uma "aplicação de interação, colaboração, e tecnologias multimídia baseadas em *web* para serviços e coleções de bibliotecas baseados em *web*".

Segundo Holmberg (et. al., 2008, p. 677) a "biblioteca 2.0 é uma mudança na interação entre usuários e bibliotecas em uma nova cultura de participação catalisada pelas tecnologias da *web* social". Esses autores criaram essa definição a partir da identificação de sete blocos que juntos representa um modelo da biblioteca 2.0.

Figura 4 – Modelo da biblioteca 2.0



Fonte: Holmberg (et. al., 2008, tradução nossa)

Para Holmberg (et. al., 2008) a concepção de biblioteca 2.0 perpassa por esses sete blocos, o da interatividade, dos usuários, da participação, das bibliotecas e dos serviços de biblioteca, da *web* e *web* 2.0, dos aspectos sociais e as tecnologias e suas ferramentas. Sendo o bloco da interatividade considerado o centro desse modelo de biblioteca, mas em uma biblioteca 2.0 nenhum desses fatores devem ser deixados de lado, pois juntos eles representam esse novo conceito.

Segundo Margaix Arnal (2007) uma biblioteca 2.0 é aquela que aplica às tecnologias e a filosofia da *web* 2.0 as coleções e aos serviços bibliotecários, tanto em um ambiente virtual como no real. O autor apresenta alguns elementos básicos desse tipo de biblioteca, que para ele centram-se em três pontos: no uso de ferramentas da *web* 2.0, na produção social de conteúdo e nas atitudes frente a essas transformações, que são representados na figura abaixo

Figura 5 – Elementos básicos da biblioteca 2.0

Fonte: Margaix Arnal (2007, p.101)

Para Margaix Arnal (2007) as bibliotecas devem utilizar as ferramentas da *web* 2.0 como os *blogs*, as *wikis* e as mídias sociais para dinamizar os seus produtos e serviços oferecidos e ampliar as possibilidades de interação entre a biblioteca e seus usuários. Mas elas devem estar atentas também as demandas dos usuários que agora também fazem parte do processo de produção social do conteúdo. E para completar essa tríade e ser de fato uma biblioteca 2.0, elas devem estar em mudança continua, tendo atitudes proativas para adaptar-se as novas exigências.

Atualmente, as bibliotecas têm uma tendência a planejar, implementar e esquecer. A biblioteca 2.0 tenta mudar isso encorajando o desenvolvimento de um cronograma que inclui a solicitação periódica de *feedbak* de clientes e a avaliação e atualização de serviços. Serviços de biblioteca novos e existentes devem ser revistos rotineiramente para garantir que eles ainda estejam atingindo as metas esperadas. Serviços de biblioteca tradicionais ainda mais antigos devem ser revisados com um novo olhar para determinar se algum aspecto precisa ser atualizado (CASEY, SAVASTINUK, 2006, tradução nossa).

A biblioteca 2.0 representa uma mudança no nível organizacional, tecnológico, mas acima de tudo em atitude, com o objetivo de reduzir e eliminar as barreiras que separam essas instituições dos usuários (GARCÍA, 2010).

De acordo Maness (2007) uma teoria para a biblioteca 2.0 se baseia em quatro elementos: é centrada no usuário, pois os usuários participam tanto na

criação de conteúdos, quanto na criação dos serviços da biblioteca 2.0; oferece uma experiência multimídia, pois as coleções e os serviços contêm componentes de áudio e vídeo; é socialmente rica, porque a presença da biblioteca na *web* inclui também a presença dos usuários, e isso abre possibilidades para que os usuários possam se comunicar entre si e com os bibliotecários; é comumente inovadora, as bibliotecas são vistas como um serviço comunitário, mas as comunidades mudam, e elas se tornam inovadoras à medida que busca continuamente mudar seus serviços, encontrando novas formas de permitir que as comunidades, não somente os indivíduos, busquem, achem e utilizem a informação.

A biblioteca 2.0 é um modelo de biblioteca que aproveita o poder das tecnologias de informação e comunicação emergentes para criar uma plataforma dinâmica de biblioteca física e/ou virtual definida e controlada pelos usuários e bibliotecários, e que facilita a entrega de uma experiência de biblioteca superior da até então proporcionada. Os usuários têm-na disponível: a qualquer hora e em qualquer lugar (KWANYA; STILWELL; UNDERWOOD, 2011, tradução nossa).

Segundo García (2010, p. 21, tradução nossa) as principais características da biblioteca 2.0 são:

> 1. O usuário é o motor do sistema bibliotecário, não apenas como um fim, mas também como um meio.
> 2. Os conteúdos provêm de diferentes fontes físicas e virtuais, oferecendo-se de forma integrada aos usuários em qualquer local e horário e permitindo-lhes a experiência multimídia.
> 3. Utilização da inteligência coletiva para o desenvolvimento de projetos e melhoria de serviços e produtos.
> 4. Design e criação de novos canais e serviços para alcançar usuários em potencial e dar maior visibilidade à biblioteca.

Dentro da perspectiva da biblioteca 2.0, coleções e serviços da biblioteca, são constantemente atualizados e reavaliados para melhor servir seu público alvo. E essa maneira de pensar substitui os modelos tradicionais de oferta de produtos e serviços, ancorados na linearidade e na unidirecionalidade, tão presentes no âmbito das bibliotecas tradicionais (PELTIER-DAVIS, 2009).

Alguns aspectos que comprovam essa evolução são apresentados pelos autores Blattmann e Silva (2007) que fazem uma diferenciação entre a biblioteca 1.0 e a biblioteca 2.0.

Quadro 1 – Evolução da biblioteca

Biblioteca 1.0 *(library* 1.0)	**Biblioteca 2.0 (*library* 2.0)**
Correio eletrônico e páginas de questões mais fequentes (FAQ)	Serviço de referência via bate papo (Chat)
Tutorial baseado em texto	Mídia interativa (streaming media em base de dados)
Lista de correio eletrônico, *web*masters	*Blog*, wikis, leitores de RSS
Esquemas de classificação controlada	Indexação com base em esquemas controlados
Catálogo impresso	Catálogo com agregado *blog*s, wikis e páginas *web*.

Fonte: Blattmann; Silva, 2007.

As bibliotecas 1.0 também buscam oferecer produtos e serviços para atender as necessidades dos usuários, mas o que difere elas da biblioteca 2.0 é que estes estão diretamente ligados ao espaço físico da biblioteca. Ou seja, para que os usuários tenham acesso as informações que necessitam eles devem ir até a biblioteca. Além disso, a maior parte dos serviços oferecidos são assíncronos, como é o caso do correio eletrônico citado por Blattmann e Silva (2007). Na biblioteca tradicional (biblioteca 1.0) sua coleção é composta, basicamente, por livros impressos e esses estão disponível apenas para acesso local (JORGE; RIBEIRO, 2013). Nesse tipo de biblioteca os recursos podem ser retirados da biblioteca e levados para casa por um determinado período e depois devolvido à biblioteca para outra pessoa usar.

A biblioteca 1.0 é um serviço unidirecional que leva pessoas para as informações de que necessitam e a biblioteca 2.0 visa levar as informações para as pessoas, trazendo o serviço da biblioteca para a internet e envolvendo os usuários, incentivando-os a participar e dar feedbacks (CURRAN; MURRAY; CHRISTIAN, 2006).

Já na biblioteca 2.0 com a ajuda das TICs as bibliotecas têm a possibilidade de redesenhar seus produtos e serviços e ampliar seu horizonte, dissociando-os do espaço físico da biblioteca e da presença física do usuário. Esses serviços buscam proporcionar uma maior interação da biblioteca com o usuário, e dessa forma estabelecer uma comunicação simultânea e rápida. Nesse tipo de biblioteca a coleção é composta por uma mistura entre materiais tradicionais (livros impressos,

seriados, audiovisuais) e formatos emergentes (ebooks, e-seriais, jornais, e-dissertações, internet recursos, objetos digitais, Playaways, streaming de áudio e vídeo, dispositivos de leitura sem fio) (PELTIER-DAVIS, 2009).

A participação dos usuários na construção de uma biblioteca 2.0 é uns dos pontos chave dessa nova concepção de biblioteca, ouvir as demandas destes será primordial e isso pode ser viabilizado por meio das ferramentas da *web* 2.0, tais como as mídias sociais, que dão voz aos usuários.

As tecnologias da *Web* 2.0, tais como os blogs, wikis, RSS (really simple syndication) *feeds* de notícias, mensagens instantâneas (*chat*), os *podcasts* e *vodcasts*, as folksonomias, as *tags*, os marcadores sociais, as redes sociais de relacionamento, os *streaming* de áudio e vídeo, os sites de compartilhamento de imagem e de apresentação. São alguns dos exemplos que de acordo como Peltier-Davis (2009) podem ser facilmente integradas aos serviços da biblioteca e contribuir para alcançar o conceito de biblioteca 2.0. De acordo com Gárcia (2010, p. 21) a incorporação dessas ferramentas da *web* 2.0 pode contribuir para:

- Serviços 24/h: referência virtual, mensagens instantâneas.
- Acesso remoto a informações, em qualquer lugar e a qualquer hora.
- Integração social.
- Criação de centros de informação locais.
- Atender às demandas e necessidades de novos usuários, especialmente nativos digitais, que possuem um relacionamento diferente com a tecnologia.
- Conceder visibilidade à biblioteca e divulgar nossos serviços e produtos.
- Continuar sendo organizações relevantes e de referência ao falar sobre serviços de informação.

Existem inúmeras ferramentas disponíveis que podem ser adotadas pelas bibliotecas e incorporadas aos produtos e serviços oferecidos, mas é importante destacar que o conceito de biblioteca 2.0 não se resume simplesmente na adoção da tecnologia. Trata-se de uma mudança de atitude, que exige um novo modo de se relacionar, de interagir e comunicar com o usuário, de forma que o foco da biblioteca passa ser o usuário. Por isso não basta apenas criar contas em diversas mídias sociais e dizer que a biblioteca faz uso dessas mídias, se ela não interagir com o usuário ou se esses ambientes forem espaços estáticos, similares ao ambiente da biblioteca tradicional.

Implementar os serviços e ferramentas da *Web* social nas bibliotecas é relativamente fácil e econômico, mas obter verdadeiras bibliotecas 2.0 é realmente difícil, pois é necessário assumir a filosofia dessa nova maneira de entender os serviços e a missão da biblioteca. A biblioteca 2.0 implica uma mudança de atitude, confiando no usuário, permitindo a participação e concedendo mais poder a eles. Envolve ainda uma mudança de 365 graus no planejamento estratégico da organização (GARCÍA, 2010, tradução nossa).

O coração da biblioteca 2.0 é a mudança centrada no usuário. É um modelo para o serviço da biblioteca que incentiva mudanças constantes e dispendiosas, convidando toda a comunidade para participar da criação dos serviços físicos e virtuais desejados. Os modelos das bibliotecas 2.0 serão diferentes para cada sistema de biblioteca. Cada biblioteca tem um ponto de partida diferente. Por meio da colaboração entre a equipe e os usuários, elas poderão desenvolver uma ideia clara de como esse modelo funcionará para sua organização (CASEY, SAVASTINUK, 2006, tradução nossa). Por isso, a comunidade como um todo precisa ter disposição para mudar e para reavaliar constantemente as ofertas de serviços em busca de soluções que atenda as novas demandas.

A *Web* 2.0 veio para ficar e sua filosofia já é assumida e defendida pela grande maioria dos usuários, a biblioteca, como um local de custódia e acesso à informação não é mais suficiente, ela deve estabelecer-se como um organismo vivo e interativo. A criação de serviços 2.0 será um passo natural do dia a dia de qualquer centro de informação que queira evoluir ao mesmo tempo que as demandas que a sociedade está propondo (GARCÍA, 2010, tradução nossa).

E as bibliotecas universitárias como instituições responsáveis por dar suporte ao ensino, a pesquisa e a extensão podem encontrar nas mídias sociais um forte aliado na disseminação de seus produtos e serviços, bem como aproveitar seu potencial de alcance para criar um canal de comunicação direta com seus usuários.

4.2 AS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS E O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS: POSSÍVEIS CONTRIBUIÇÕES

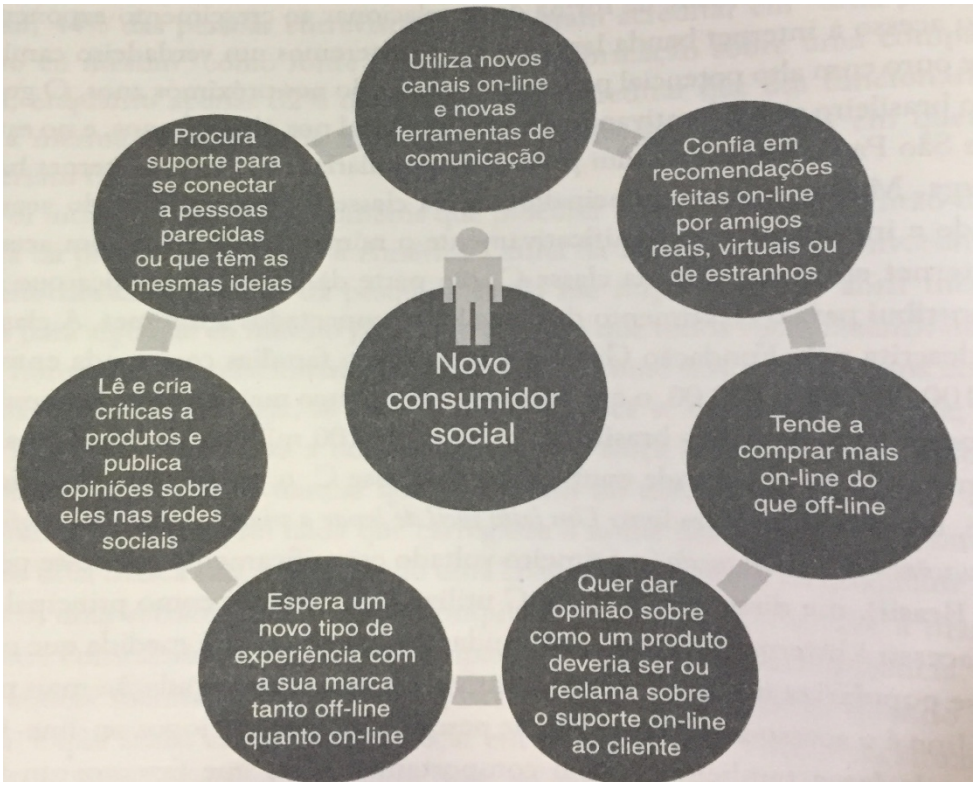
A internet gerou muitas mudanças positivas, tanto na ordem social e política, quanto nas questões mercadológicas, por disponibilizar ferramentas que proporcionam maior interatividade, participação e transparência nas relações. Isso

fez com que as instituições passem a se preocupar em criar sites e páginas nas mídias sociais para divulgar seus produtos e serviços, bem como uma forma para fortalecer suas marcas (SCHNEIDER, 2013).

Segundo Ramalho (2010) as mídias sociais deram vozes aos indivíduos, sendo esses agora produtores e consumidores de conteúdo. Mudanças foram promovidas no comportamento das pessoas, contribuindo dessa forma para o surgimento de um novo perfil de usuários/receptores dos meios de comunicação.

Cipriani (2014) apresenta algumas características desse novo perfil de consumidor, apresentadas na figura abaixo:

Figura 6 – Um novo perfil de usuário



Fonte: Cipriani (2014)

De acordo com Cipriani (2014) essas transformações percebidas no perfil dos usuários exigem das instituições uma postura diferente da até então adotada. Os usuários estão cada dia mais interessados no uso de canais de comunicação *online*, eles estão em busca de um atendimento rápido, ágil e direto.

As bibliotecas, por exemplo, como instituições responsáveis por ofertar recursos informacionais aos seus usuários, estão acostumadas com usuários que vão até o espaço físico da biblioteca para obter as informações e materiais

informacionais que desejam. Mas diante de todas as transformações percebidas na sociedade e a própria mudança no perfil desses usuários, apresentada por Cipriani (2014), as bibliotecas são obrigadas à rever suas práticas, suas concepções de atendimento, de oferta de produtos e serviços e até mesmo a maneira de perceber e entender seu usuário.

Dessa forma é preciso pensar em novas estratégias para que as bibliotecas universitárias continuem exercendo o seu papel na sociedade, com mais dinamicidade e interatividade, e isso pode ser alcançado por meio do uso das mídias sociais. Nesse contexto, elas se apresentam como novos canais de comunicação e podem ajudar as bibliotecas universitárias e demais instituições a se sobressaírem no atendimento das exigências desse novo perfil de usuário.

O uso das mídias sociais é benéfico para qualquer biblioteca, pois além delas contribuírem na divulgação dos produtos e serviços ofertados, apresentam um baixo custo e uma facilidade de uso. Dessa forma elas estão acessíveis para todo tipo de instituição, independentemente do tamanho e do orçamento disponível.

Para Jorge e Ribeiro (2013) o uso das mídias sociais apresenta algumas vantagens, tais como: acessibilidade, pois é necessário apenas um computador ou *smartphone* com acesso à internet para utilizar as ferramentas disponíveis. Outra vantagem são os baixos custos, já que as ferramentas estão acessíveis e, em grande parte, criadas em plataformas de código livre e sem custo para utilização. A facilidade de implementação também é considerada pelos autores um ponto positivo, visto que, existe constante atualização por parte de seus desenvolvedores que buscam ampliar a base de usuários e a usabilidade das mídias sociais. E por fim, mais uma vantagem apresentada a capacidade de comunicação, interação e participação efetiva dos usuários, proporcionando o compartilhamento da inteligência coletiva baseada na co criação de novos conteúdos.

De acordo com Farias (2013) o uso das mídias sociais nas bibliotecas universitárias pode apoiar as políticas organizacionais, o gerenciamento das informações, o processo de comunicação, favorecer a comunicação de fontes internas e externas e uma maior interação com o ensino, pesquisa e extensão na universidade.

Para Gomes, Prudêncio e Conceição (2010) a incorporação das ferramentas da *web* à realidade das bibliotecas universitárias contribui para o processo de mediação da informação, tendo em vista, que seus ambientes virtuais são espaços

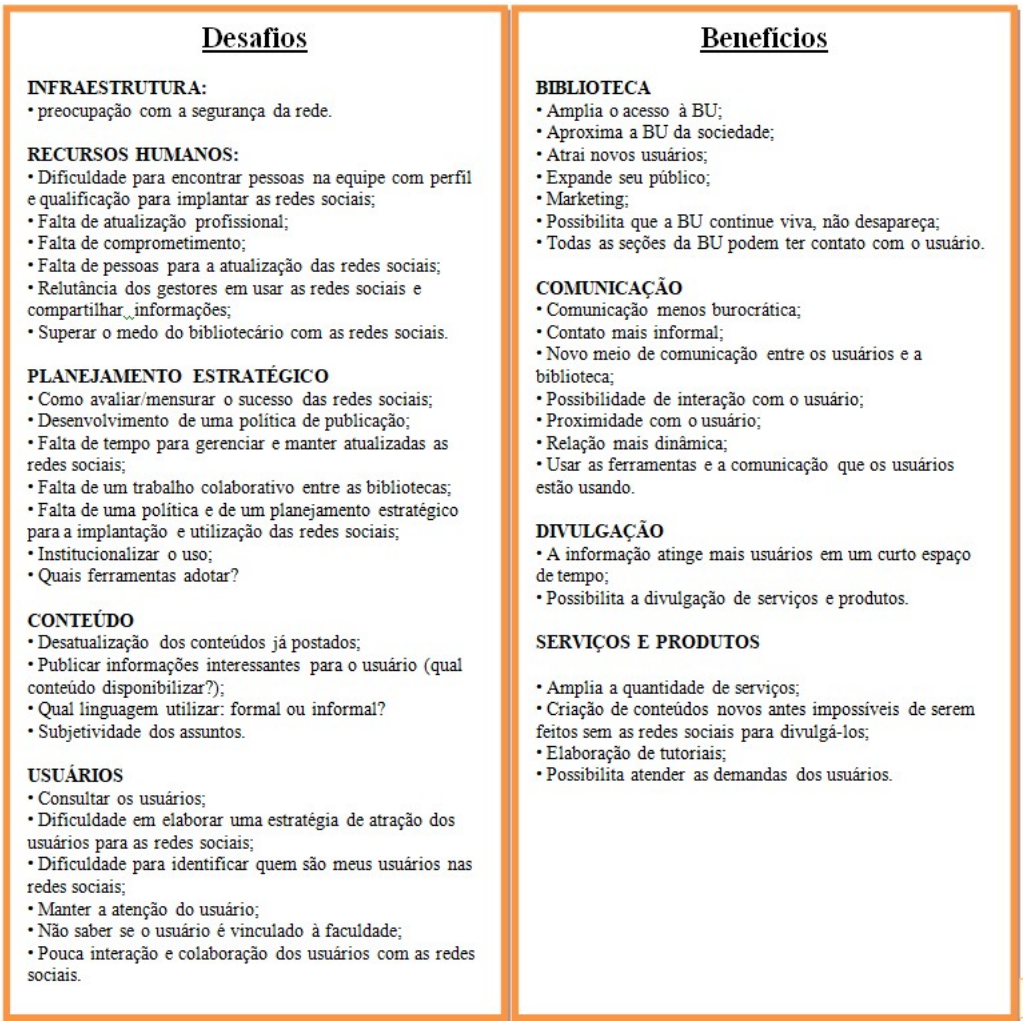
de interlocução direta com os usuários. E ao manter um processo de comunicação ativa com os usuários e estimular a interlocução entre eles, a biblioteca integrará e favorecerá a composição de redes sociais para o uso e apropriação da informação.

> O uso das mídias sociais nas bibliotecas contribui, enquanto estratégia, no gerenciamento e disseminação dos recursos informacionais, na comunicação ativa e participativa, na percepção acerca das necessidades dos usuários e, consequentemente, na tomada de decisão, uma vez que as informações relevantes estarão direcionadas a públicos específicos, com uma linguagem acessível, informal e direta. Nesses termos, as interações e relações através da internet, meio que possibilita a comunicação em larga escala, se estruturam nos ambientes virtuais (MUNIZ, 2014, p. 47).

Para Santos e Andrade (2010) as mídias sociais podem proporcionar às bibliotecas uma maior dinâmica no envolvimento com seus públicos. Mas os autores alertam que a tecnologia, por si só, não trará resultados significativos se as organizações não tiverem uma visão estratégica para estabelecer novas políticas de comunicação voltada para as exigências dos novos perfis de usuários. É importante que as bibliotecas tenham a capacidade de inovação para conceber novos serviços por meio das tecnologias.

Apesar das mídias sociais oferecerem diversas ferramentas que contribuem para melhorias nas atividades realizadas pelas bibliotecas universitárias, mas elas não são garantias de qualidade ou de sucesso no alcance dos objetivos. Os benefícios só serão percebidos se as bibliotecas estiverem preparadas para enfrentar os desafios. Aguiar (2012) apresenta alguns desafios e benefícios no uso das mídias sociais por bibliotecas.

Figura 7 – Desafios e benefícios na aplicação das mídias sociais



Desafios

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 à faculdade;
• Pouca interação e colaboração dos usuários com as redes sociais.

Benefícios

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.

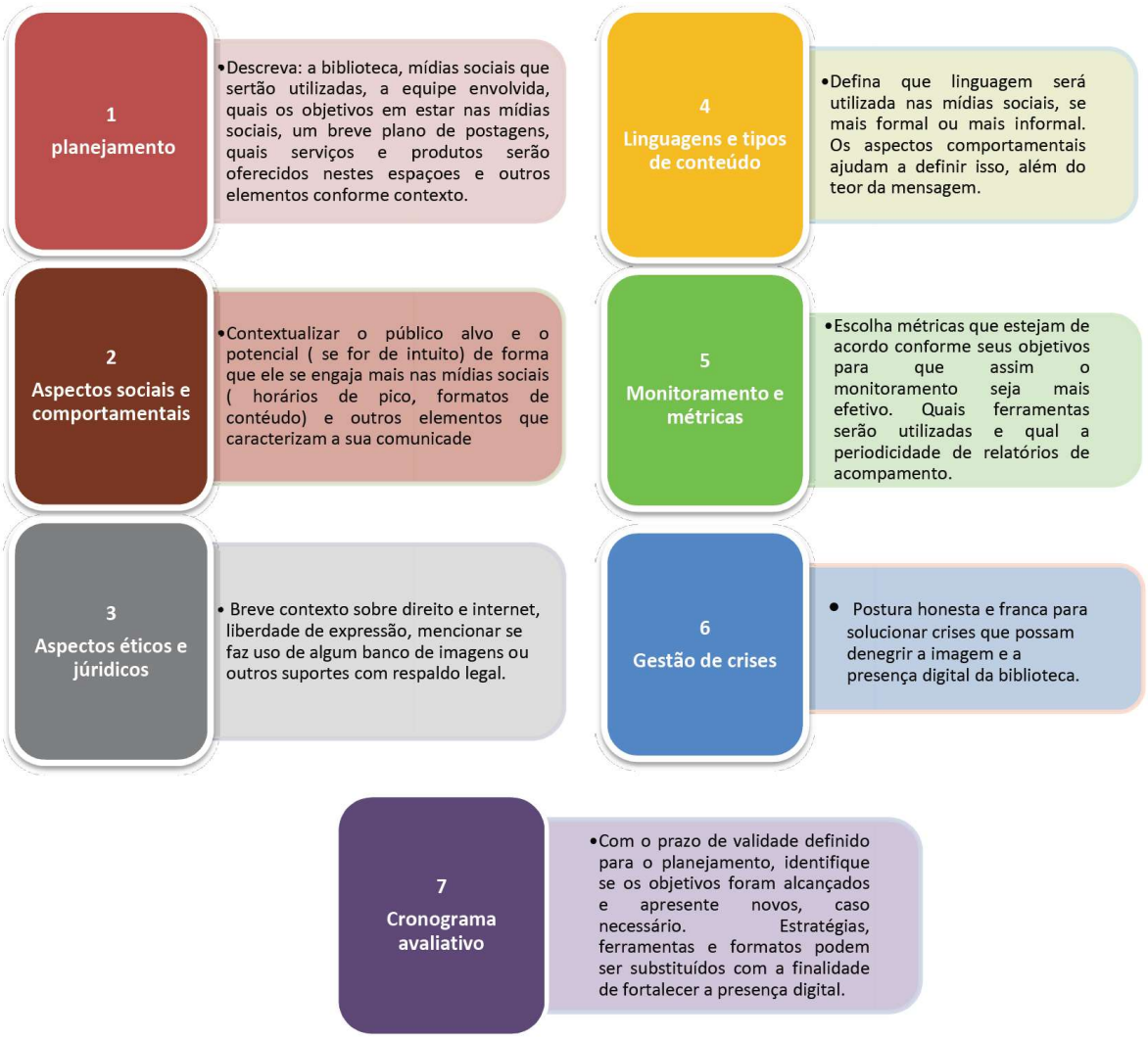
SERVIÇOS E PRODUTOS

• 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: Aguiar (2012, p. 150)

A partir do reconhecimento de que desafios poderão surgir e que deverão ser enfrentados, as bibliotecas universitárias devem trabalhar na construção e manutenção de sua presença digital, de forma que o uso das mídias sociais resulte em boas práticas e proporcione o alcance dos benefícios ofertados. Por isso Prado e Correa (2016) afirmam que para que as bibliotecas universitárias se sobressaírem no ambiente digital é importante que elas sigam as diretrizes descritas abaixo.

Figura 8 – Diretrizes para uso das mídias sociais



Fonte: Prado e Correa, 2016.

Conforme apresentado nas diretrizes criadas por Prado e Correa (2016) para orientar a utilização das mídias sociais pelas bibliotecas, o primeiro a seguir é realizar um planejamento. Por isso as bibliotecas devem desenvolver uma estratégia de comunicação on-line, criar uma política, definir objetivos e traçar metas, ou seja, deve ser realizado, pelo menos, um planejamento básico, no qual, estará previsto o tipo de conteúdo que será disponibilizado, com quais frequências, e o principal, quem será o responsável por responder as demandas dos usuários e consequentemente por manter a mídia social ativa e participativa.

As mídias sociais são meios de comunicação que contribuem para o processo de intermediação de contatos. Então, assim como em qualquer outra

estratégia de comunicação, sua adoção exige planejamento prévio. Para definir pelo uso ou não de mídias sociais é importante fazer alguns questionamentos:

> 1. Qual a finalidade deste canal?
> 2. Meu público está e utiliza com frequência esta mídia social? Eles falam da minha empresa/instituição/órgão? O que falam? Com que frequência?
> 3. Como eu vou me conectar com este público nesta plataforma? Preciso de investimento financeiro em mídia (publicidade) para alcançá-lo?
> 4. Algum outro canal de comunicação pode suprir essa demanda?
> 5. Terei estrutura e recurso suficiente para investir na produção de conteúdo com a frequência adequada para este canal? (BRASIL, 2013, p. 44).

Segundo Ramalho (2010) o cenário permite o uso das mídias sociais por diferentes tipos de instituições e de diversas formas, sendo algumas delas voltadas para o marketing de vendas e de produtos e serviços, relacionamento com o cliente e assistência ao cliente. Em todas essas situações as mídias sociais se apresentam como oportunidades únicas para as instituições interagirem com seu público. No entanto não deve-se sair criando contas em todas as mídias sociais existentes sem ter um planejamento mínimo para a gestão do uso dessas mídias.

Lloret Romero (2011) complementa dizendo que não é preciso ser um planejamento exaustivo e rigoroso, mas é necessário um planejamento mínimo para manter as mídias sociais de forma eficiente e contínua. Dessa forma a autora afirma que um planejamento básico deve concentrar-se nos seguintes quesitos

> - Definir objetivos realistas.
> - Escolher ferramentas que podem ser usadas para alcançar os objetivos, levando em conta o material disponível e acima de tudo, recursos humanos disponível (pessoal).
> - Decidir quem será o responsável pelo sistema completo de mídia social e quando este trabalho será realizado (o que pode exigir a distribuição de tarefas para ser reestruturado).
> - Configurar as ferramentas de forma que todos os instrumentos e aplicações realize as tarefas automaticamente e, portanto, economizem tempo.
> - Criando conteúdos.
> - Gerenciar a comunicação on-line e o diálogo entre com os comentadores.
> - Avaliar continuamente e reformular as estratégias (LLORET ROMERO, 2011, p. 148, tradução nossa).

A mesma autora alerta dizendo que as bibliotecas devem ser flexíveis e estar abertas a quaisquer mudanças nas novas tecnologias e nos hábitos culturais de consumo dos cidadãos e, além disso, devem-se ter objetivos claros para a

adoção das mídias sociais, e para ela alguns desses objetivos podem ser “expandir o escopo do trabalho da biblioteca para além do alcance normal; abrir um novo canal de comunicação e de serviços; fomentar e facilitar a participação dos usuários nas atividades diárias da biblioteca” (LLORET ROMERO, 2011, p. 149, tradução nossa). Ter objetivos claros do que se pretende alcançar com o uso das mídias sociais é fundamental para mensurar se a adoção dessas mídias está dando o retorno esperado.

Outro ponto indicado nas diretrizes de Prado e Correa (2016) é a produção de conteúdo e envolve discussões sobre a definição do tipo de linguagem a ser adotada (formal ou informal), o tipo de conteúdo a ser publicado, os assuntos que serão abordados nas publicações e etc. E sobre esse assunto o manual de orientação para atuação em mídias sociais da Secretária de Comunicação Social do poder Executivo Federal orienta que as postagens não devem ser longas, nem com textos absolutamente explicativos e com uma linguagem complexa. Para garantir que sua mensagem seja lida é recomendado a publicação de conteúdos simples, fáceis, diretos e com a menor extensão possível. Mas essa simplicidade não pode ser confundida com a transmissão de informações pela metade ou com a utilização de um tipo de linguagem excessivamente íntima com o usuário (BRASIL, 2013).

Para atrair a atenção do público algumas estratégias para produção e disseminação do conteúdo podem ser adotadas e o manual de orientação para atuação em mídias sociais faz algumas recomendações.

> - Utilize frases atraentes e informativas, nos campos de texto e nas imagens, que apresentem uma ideia do todo em relação ao que o público vai encontrar ao se deparar com a informação e, eventualmente, clicar no link de direcionamento;
> - Por melhor redigidos que estejam, é sempre importante complementar as informações de um título para contextualizar a informação para o cidadão. Além da limitação de caracteres impostas por algumas redes, evita que o público não entenda o que está sendo apresentado;
> - Resuma as informações em um único post. Ao dividir, você não só corre o risco do usuário se perder com a informação, como aumenta as chances de ver a informação descontextualizada ou distorcida pelo próprio público;
> - O uso de hashtags (ou marcadores) auxilia a identificar facilmente os temas sobre os quais aqueles conteúdos tratam, especialmente em coberturas noticiosas – onde ajudam a contextualizar as informações
> - Perguntas, além de estimular a participação, podem ser usadas para aproximar a linguagem do público médio de mídias sociais;
> - Evite abreviações ou siglas. Isso confunde o público e empobrece as normas gramaticais e ortográficas corretas (BRASIL, 2013, p. 53)

Além de estabelecer estratégias para produção e disseminação do conteúdo as bibliotecas universitárias precisam compreender que a presença em uma rede social exige atualizações contínuas, mas também não deve-se esquecer a interação. Isso porque uma mídia social não deve ser vista como um mero canal de comunicação em uma via de mão única (ZAIDAN, 2016).

As mídias sociais se caracterizam por serem meios de comunicação que permite maior participação dos usuários e por isso as bibliotecas universitárias não devem utilizá-las somente para disponibilizar informações como endereço e horário de funcionamento (AGUIAR, 2012, p.64). Segundo Cipriani (2014, p. 127) “um grande erro nas mídias sociais é utilizar somente conteúdo de forma estreitamente expositiva, transformando seu blog, seu *Twitter* ou sua página nas redes sociais em uma mera vitrine de produtos sem vida, que não escuta nem responde.” Para não incorrer nesse erro as bibliotecas universitárias precisam ir além e utilizar as mídias sociais para ampliar a oferta de produtos e serviços oferecidos e também para ampliar a interação entre elas e os usuários, estabelecendo um canal de comunicação ativo e participativo.

Cada mídia social apresenta características próprias, não é possível determinar com precisão uma regra, ou uma receita que seja única para utilização das mídias sociais, mas é importante ter uma ideia clara de como ocorrerá esse uso e durante sua utilização o monitoramento é extremamente necessário, pois ele irá demonstrar se as ações e as estratégias adotadas estão contribuindo para alcançar os objetivos propostos.

Monitorar e mensurar o uso das mídias sociais também faz parte das diretrizes estabelecidas por Prado e Correa (2016), pois são essas ações que darão subsídios para que as bibliotecas universitárias possam avaliar sua atuação nas mídias sociais. O monitoramento deve ser uma atividade contínua realizada pelas bibliotecas universitárias, isso porque é a partir dos dados obtidos que sua atuação nas mídias sociais será mais bem delineada.

González Fernández-Villavicencio (et. al., 2013) criou uma série de indicadores e métricas, que servem para avaliar as ações realizadas pelas bibliotecas nas mídias sociais, bem como seu impacto na comunidade de usuários correspondente.

Quadro 2 – Indicadores

Objetivo estratégico	Objetivo táctico
Visibilidad de la marca	1.- Popularidad 2.- Actividad
Fidelización	3.- Tráfico
Influencia	4.- Percepción social del valor de la marca
Relevancia	5.- Interacción (compromiso) 6.- Conversión

Fonte: González Fernández-Villavicencio (et. al., 2013)

Para González Fernández-Villavicencio (et. al., 2013) a visibilidade das bibliotecas pode ser verificada a partir de dois indicadores, a popularidade e a atividade. A popularidade *online* pode ser verificada como base no número de pessoas interessadas em seguir as bibliotecas universitárias nas mídias sociais. A atividade é representada pela frequência em que são realizados os serviços nas mídias sociais das bibliotecas, como métricas para esse indicador podem ser analisadas o número de publicações realizadas, o número de comentários, de questionamentos e de mensagens instantâneas respondidos e tempo de resposta.

A fidelização é outro objetivo estratégico e refere-se ao reconhecimento da biblioteca pelos usuários, sendo o tráfego derivado do serviço da *Web* de referência o indicador usado. A fidelização pode ser medida com base no tráfego dos conteúdos gerados pelas bibliotecas em suas mídias sociais. Para este indicador, será necessário medir não apenas os visitantes únicos, mas também as visualizações de página, a taxa de rejeição, o tempo de permanência (GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, et al., 2013).

O fator influência busca determinar a lealdade à marca e a influência exercida por ela, por isso os indicadores visam medir a percepção social do valor da marca. A influência está diretamente ligada à autoconfiança, portanto, isso pode ser decisivo quando os seguidores pensam nas bibliotecas universitárias como uma fonte relevante de informação. E se as bibliotecas conseguirem respostas para essas perguntas poderão mensurar sua influência. A biblioteca universitária faz parte das conversas que são mantidas na rede? E seus produtos e serviços oferecidos estão sendo comentados? Como os usuários vêem a relação da biblioteca com

eles? Como eles percebem as outras bibliotecas? (GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, et. al., 2013).

O fator relevância refere-se à importância atribuída à biblioteca. Ela pode ser medida com base em dois indicadores, a interação e a conversão. O compromisso reflete o grau em que as pessoas interagem com a biblioteca, especificamente, com o conteúdo e como estão envolvidos com eles. A participação demonstra que as pessoas estão interessadas no que está sendo oferecido, de forma a encorajá-las a participar. Medir a participação é importante para poder ver quanto e com que frequência os usuários interagem com o conteúdo produzido. O indicador de conversão é a taxa que demonstra a relação entre as ações ou campanhas realizadas nas mídias sociais e os efeitos produzidos por elas nas bibliotecas. Esse indicador deve responder às perguntas: a biblioteca conseguiu criar um melhor relacionamento com seu público? Ela participou de discussões em que antes não tinha voz? Ela mudou de monólogo para diálogo com seus usuários? Como a biblioteca está em relação às demais bibliotecas nas mídias sociais?

Araujo (2018) também desenvolveu um conjunto de indicadores para analisar o desempenho no uso de mídias sociais. E esses indicadores estão associados a três métricas, a de visibilidade, influência, engajamento e reputação.

Quadro 3 – Métricas para mídia social

Métrica de mídia social	**Indicador chave de performance**	**Descrição**
Visibilidade	Nº atual de fãs	Quantitativo atual do número de seguidores que a página possui
Influência	Nº crescimento médio de fãs	Crescimento médio do número de seguidores no período analisado
Engajamento	% índice de engajamento	O valor de engajamento dos fãs com a página. É calculado pela quantidade média de reactions e comentários por dia, dividido pelo número de fãs.
	% interações em postagens	Valor médio de reactions, comentários e compartilhamentos por fã para todas as postagens.
	Nº total de interações	Valor total de interações (soma das reactions, comentários e compartilhamentos)

Reputação	% índice de desempenho	O índice de desempenho da página (page performance index) é uma combinação do valor de índice de engajamento e do crescimento do nº de fãs da página. É um indicador da força geral de uma página no *Facebook*.

Fonte: Araujo (2018).

Segundo Souza (2009 apud ARAUJO, 2018) a métrica de visibilidade se refere à capacidade de alcance do conteúdo exposto, sendo uma medida relacionada à audiência, tamanho do público atingido, volume e frequência. A métrica influência relaciona-se com a autoridade de quem publica. O engajamento é a métrica que mede o quanto o conteúdo gerado obtém de entrosamento e interação do público e com o público. O índice de reputação é construído a partir da combinação dos indicadores anteriores uma vez que a reputação é um valor atribuído na percepção combinada de impressões. Trata-se de um atributo de confiança adquirida a partir da performance associada a uma boa visibilidade, reconhecimento, capacidade de influência e de engajamento (ARAUJO, 2018).

Rieder (et. al, 2017) desenvolveu uma metodologia baseada em quatro perspectivas exploratórias para analisar as atividades em páginas do *Facebook*. Sendo que para obter respostas para cada uma das perspectivas deverá ser utilizado diferentes indicadores.

Quadro 4 – Metodologia de análise de páginas no *Facebook*

PERSPECTIVAS EXPLORATÓRIAS	POSSIBILIDADES DE ANÁLISE
1) Visão geral e análise das atividades dos usuários	**Análise do número de atividades que a página pode hospedar durante um determinado período:** - Número de postagens publicadas; - Número total de curtidas da página; - Número total de comentários; - Comentários mais comentados; - Número de dias em que a página esteve ativa; - Número de dias em que a página ficou sem publicações; - Número de perfis únicos que interagem com a página a partir de curtidas e comentários; - Número de usuários masculinos e femininos

	que interagem com a página; - Número de usuários mais dispostos a comentar; - Número de usuários mais dispostos a curtir; - Número de usuários que curtem e comentam.
2) Análise dos tipos de postagens	**Análise detalhada das postagens e das atividades dos usuários frente às postagens: (com base em 6 tipos de postagens* e 3 tipos de reações)** **-Fotos (imagens)** geram quantos compartilhamentos / curtidas / comentários? **- Links** geram quantos compartilhamentos / curtidas/ comentários? **- Músicas** geram quantos compartilhamentos / curtidas / comentários? -**Perguntas** geram quantos compartilhamentos/curtidas / comentários? **- Status** geram quantos compartilhamentos / curtidas / comentários? **- Vídeos** geram quantos compartilhamentos / curtidas / comentários? * Os tipos de postagens podem variar de acordo com a página escolhida para análise.
3) Análise temporal da atividade dos usuários	**Análise da atividade dos usuários durante um período de tempo. Investigam-se os altos e baixos de elementos básicos (e as relações entre eles) tais como:** - Número de postagens; - Número de curtidas; - Número de comentários.
4) Análise dos comentários	**Análise da ocorrência de termos específicos nos comentários e comentários repetidos através de ferramentas desenvolvidas especificamente para este fim.**

Fonte: Maia (2016, adaptado de Rieder et al., 2017).

Existem várias métricas para mensurar o uso das mídias sociais, cabe as bibliotecas universitárias conhecê-las e escolher a que mais se adeque a sua realidade. Pois o importante é elas realizarem o monitoramento frenquentemente.

A gestão de crise, outro ponto citado por Prado e Correa (2016), deve fazer parte da realidade das bibliotecas, isso porque no contexto das mídias sociais os usuários deixam de ser vistos apenas como consumidores e receptores de

conteúdos, para tornarem-se também produtores. E isso possibilita a eles a liberdade de expressarem suas opiniões sobre as bibliotecas universitárias, sobre a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, sobre o atendimento recebido, entre outros.

Com a possibilidade dos usuários poderem expressar suas opiniões e de interagir de forma ágil com as bibliotecas universitárias os usuários esperam que elas estejam acessíveis para dialogar e atender às suas necessidades. Caso isso não aconteça eles usam as mídias sociais para expressar sua insatisfação. Por isso o primeiro passo é as bibliotecas saberem diferenciar crises de simples críticas para que estas não tomem proporções maiores e vire uma crise. No quadro abaixo veja como identificar uma crise.

Quadro 5 – Componentes que ajudam a definir situação de crise

O que é uma crise	**O que não é uma crise**
Volume de menções que tenha alcançado grandes audiências	Usuários mostrando descontentamento com algum programa ou ação de forma isolada
Volume de menções alto e com fundamentos ou bons argumentos	Usuários declarando preferência à gestão de outra instituição
Volume de menções alto e com amparo legal contrário aos interesses da instituição	Usuário reclamando sobre algum representante da instituição
Menções com potencial viral alto	Menções restritas a um número pequeno de usuários

Fonte: Brasil (2014)

Cada crise demanda formas específicas de reação, sendo impossível se criar uma receita única de conduta. Mas em muitas situações, a melhor forma de se combater uma crise, principalmente se fizer conhecida pela ampla maioria dos usuários, é agindo de forma transparente. Para tanto, as bibliotecas universitárias devem utilizar os seus canais nas mídias sociais para explicar a situação aos usuários, expondo as causas do problema, as medidas que estiverem sendo tomadas e as expectativas claras de solução. Essa postura costuma render resultados altamente positivos na reversão de imagens negativas, pois deixa clara a predisposição em assumir erros e/ou empenhar-se na resolução deles de maneira franca e honesta (BRASIL, 2013).

As bibliotecas universitárias precisam estar preparadas para agir diante das crises, de forma que as reverta em pontos positivos para melhorar a reputação da biblioteca. Além disso, elas devem saber agir também diante de eventuais críticas e a melhor para isso é dar sempre um *feedback* ao usuário, respondendo todo e qualquer tipo de dúvidas e questionamentos recebidos, de forma clara e objetiva. Elas não devem ver a crítica como algo negativo e sim como uma orientação que contribuirá para rever as ações realizadas.

A interação humana é o elemento principal na adoção de mídias sociais, pois não se trata simplesmente de usar esse meio de comunicação apenas para transmitir informações para seus usuários. De acordo com Cipriani (2014) muitas instituições ainda insistem em pensar que as mídias sociais são um meio de comunicação como qualquer outro e esquecem que essas mídias proporcionam maior interação entre os usuários e as bibliotecas universitárias. O que exige delas maior atenção no atendimento às demandas e não somente com a preocupação de publicar conteúdos.

A sétima e última diretriz proposta por Prado e Correa (2016) destaca a importância de se avaliar tudo o que foi feito. É o momento de verificar se o que foi proposto no planejamento está sendo alcançado e avaliar se as ações estão surtindo efeito o efeito esperado ou se é necessário realizar mudanças. Segundo Prado e Correa (2016) esta diretriz é elementar para uma boa presença digital das bibliotecas universitárias.

As bibliotecas universitárias ao assumirem as mídias sociais como canais de comunicação precisam repensar sua atuação e estarem atentas a característica principal desse meio de comunicação, que é a interação. Os benefícios são inúmeros e a incorporação das mídias sociais a realidade das bibliotecas é o primeiro passo para a construção de uma biblioteca 2.0.

4.3 ESTUDOS SOBRE O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS POR BIBLIOTECAS BRASILEIRAS: UMA REVISÃO

Com o intuito de obter dados e informações atuais e identificar estudos que tratam sobre bibliotecas e mídias sociais no Brasil, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em algumas bases de dados consideradas fontes de informação de grande relevância e completude no universo acadêmico.

A realização desses levantamentos contribuiu para a dissertação, pois a partir deles, foi possível conhecer os estudos realizados sobre a temática desta pesquisa, analisar os resultados até então obtidos e, posteriormente, compará-los aos resultados que serão obtidos nesta pesquisa.

De acordo com Marconi e Lakatos (2010, p. 12) “a pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema”.

Segundo Martins e Theóphilo (2009) a realização da pesquisa bibliográfica é fundamental para condução de qualquer estudo científico, justamente, por ela ser capaz de fornecer dados para o delineamento novas pesquisas. Ela é realizada para fundamentar teoricamente o objeto de estudo, contribuindo com elementos que subsidiam a análise futura dos dados obtidos.

Para identificar os estudos sobre a temática mencionada foram realizadas pesquisas nas seguintes bases de dados:

- Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de pessoal de Nível Superior – CAPES (bases: Emerald, library and information abstrat, Science direct, Scopus, Springerlink, Wily online link).
- Electronic Library Online – Scielo
- Biblioteca Digital de Teses e dissertações - BDTD do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – IBICT.
- Directory of Open Access Journals – DOAJ.
- Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação BRAPCI.

Entre os meses de abril e maio realizou-se buscas nas bases mencionadas e utilizou-se os termos: biblioteca e “mídias sociais” (grafado entre aspas), juntamente com o operador boleano “*and”.* Os termos em língua inglesa library and “social media” também foram utilizados. E apesar dessa pesquisa adotar o termo mídias sociais existem autores que usam o termo redes sociais, por isso para recuperar o maior número de trabalhos que versam sobre a temática dessa pesquisa também realizou-se buscas com o termo “redes sociais” (grafado entre aspas) e biblioteca. Bem como os termos em inglês “social *network*” e *Library.* Localizou-se os seguintes resultados:

Tabela 1 – Resultados do levantamento bibliográfico

Base de dados	Artigos	Livros	Teses	Dissertações
Portal de periódicos	7	-	-	-
DOAJ	2	-	-	-
BDTD	-	-	0	8
SCIELO	2	-	-	-
BRAPCI	20	-	-	-

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Durante as buscas percebeu-se que houve uma repetição de documentos recuperados. Ou seja, o mesmo título foi recuperado em mais de uma base. Diante disso, o título foi considerado uma única vez para contagem. Além disso, percebeu uma ineficiência nas opções de busca nas bases: Portal de Periódicos e BDTD, pois mesmo utilizando várias estratégias de busca a recuperação nessas bases apresentou inúmeros resultados que não estavam de acordo com a temática pretendida. Nessas bases de dados os termos foram considerados em separado, mesmo utilizando o operador boleano and. Dessa forma recuperou-se tanto trabalhos que falavam sobre bibliotecas (todo e qualquer assunto sobre as bibliotecas) quanto trabalhos que falavam sobre mídias sociais a partir de vários contexto.

Diante disso, no quadro abaixo é apresentado todos os trabalhos recuperados que versam sobre o uso das mídias sociais e das redes sociais pelas bibliotecas brasileiras.

Quadro 6 – Documentos recuperados no levantamento bibliográfico

Título	Descrição dos objetivos do trabalho	Referência	Tipo do material	Base de dados
O uso de redes sociais como estratégia de marketing em unidades de informação: estudo de caso da Biblioteca Pública Estadual Graciliano Ramos	Buscou verificar o uso das redes sociais como estratégia de marketing em unidades de informação por meio de um estudo de caso do uso e atuação da Biblioteca Pública Estadual Graciliano Ramos (PBEGR) no *Facebook*	ARAÚJO, R. F.; ARAUJO, J. O. O uso de redes sociais como estratégia de marketing em unidades de informação: estudo de caso da biblioteca pública estadual graciliano ramos. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, 2018. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/29550>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo	BRAPCI

A relevância das mídias sociais para os estudos de usuários em bibliotecas especializadas em saúde	Apesar de esse trabalho ter o foco nos estudos de usuários, os autores realizaram uma análise do uso do *Facebook*pela Biblioteca da Escola de Enfermagem (BIBENF) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).	SILVA FILHO, R. C.; ALVAREZ, G. R. N.; SILVA, L. M. A relevância das mídias sociais para os estudos de usuários em bibliotecas especializadas em saúde. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, v. 13, 2017. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/29009>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo em anais de congresso	BRAPCI
A utilização do *Facebook* pelas bibliotecas do Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Alagoas	Analisa o uso da mídia social Facebook pelas bibliotecas da Universidade Federal de Alagoa	AZEVEDO, A. K. V. S. et al. A utilização do facebook pelas bibliotecas do sistema de bibliotecas da universidade federal de alagoas. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, v. 13, 2017. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/28461>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo em anais de congresso	BRAPCI
Youtube nas bibliotecas universitárias brasileiras: quem, como e para o que é utilizado	Abordou o uso do *youtube*pelas bibliotecas.	MURIEL-TORRADO, E.; GONÇALVES, M. Youtube nas bibliotecas universitárias brasileiras: quem, como e para o que é utilizado. Perspectivas em Ciência da Informação, v. 22, n. 4, 2017. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/28342>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo	BRAPCI
As bibliotecas nacionais latino americanas e o capital social	Analisou o uso da web social nos serviços das bibliotecas nacionais para fomentar o capital social em sua comunidade	MEDEIROS, D.; LUCAS, E. R. O. As bibliotecas nacionais latino americanas e o capital social. Perspectivas em Ciência da Informação, v. 21, n. 4, 2016. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/22144>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo	BRAPCI
Internet, mídias sociais e as unidades de informação: foco no ensino-aprendizagem	Nele se verifica o uso das mídias sociais nas unidades de informação, como foco na utilização de mídias sociais para auxiliar no ensino-aprendizagem	GASQUE, K. C. G. A. D. Internet, mídias sociais e as unidades de informaçÃo: foco no ensino-aprendizagem. BrazilianJournalofInformation Science, v. 10, n. 2, 2016. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/20972>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo	BRAPCI
Mídias sociais em tempos de bibliotecas 2.0: um estudo em Bibliotecas das instituições federais de ensino brasileiras trazendo perspectivas futuras para a preservação digital	Essa pesquisa realizou um levantamento de caráter quantitativo acerca do uso, por parte das bibliotecas das IFES brasileiras, de plataformas interativas digitais (mídias sociais).	REZENDE, L. V. R.; MARTINS, D. L.; SILVA, M. F. Mídias sociais em tempos de bibliotecas 2.0: um estudo em bibliotecas das instituições federais de ensino brasileiras trazendo perspectivas futuras para a	Artigo	BRAPCI

		preservação digital. Revista Digital de Biblioteconomia & Ciência da Informação, v. 14, n. 3, 201610.20396/rdbci.v14i3.8646312. DOI:10.20396/rdbci.v14i3.8646312. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/27471>. Acesso em: 19 Abr. 2018.		
O uso das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias com foco no marketing de relacionamento	Buscou realizar uma reflexão sobre o uso das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias como ferramenta para aplicação do marketing de relacionamento	ARAÚJO, W. S.; PINHO NETO, J. L. A. S.; FREIRE, G. H. A. J. O uso das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias com foco no marketing de relacionamento. Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, v. 21, n. 47, 201610.5007/1518-2924.2016v21n47p2. DOI:10.5007/1518-2924.2016v21n47p2. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/20904>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo	BRAPCI
Serviço de Referência Virtual: retrato das bibliotecas nas universidades federais da região sul	Procurou analisar os serviços de referência virtual disponíveis nos sites de seis bibliotecas universitárias, no intuito de descobrir quais os tipos de serviços de referência e mídias sociais são oferecidos por essas bibliotecas	ARAÚJO, W. S.; PINHO NETO, J. L. A. S.; FREIRE, G. H. A. J. O uso das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias com foco no marketing de relacionamento. Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, v. 21, n. 47, 201610.5007/1518-2924.2016v21n47p2. DOI:10.5007/1518-2924.2016v21n47p2. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/20904>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo em anais de congresso	BRAPCI
Os serviços online das bibliotecas universitárias brasileiras	Teve por objetivo analisar os serviços on-line oferecidos nos sites das bibliotecas de universidades brasileiras, o que inclui também a identificação de quais eram as mídias sociais usadas pelas bibliotecas	MURIEL-TORRADO, E. et al. Serviços on-line das bibliotecas universitárias brasileiras. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, v. 17, 2016.	Artigo em anais de congresso	BRAPCI
A Tecnologia RSS no Serviço de Referência da Biblioteca Etelvina Lima da UFMG	Tem como objetivo apresentar essa tecnologia aliada às mídias sociais, Twitter e Facebook, como uma ferramenta para gerenciar o fluxo de informação e facilitar a disseminação de conteúdos da Web para a comunidade acadêmica em bibliotecas	OLIVEIRA, E. D.; PAULA, M. G.; MACULAN, B. C. M. S. A tecnologia rss no serviço de referência da biblioteca etelvina lima da ufmg. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, v. 11, 2015. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/20735>. Acesso em: 20 Abr.	Artigo em anais de congresso	BRAPCI

	universitárias.	2018		
Aplicativo para dispositivos móveis: relato de experiência da biblioteca da escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo	Descreve a experiência da Biblioteca da Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo no desenvolvimento de um aplicativo para dispositivos móveis a fim de facilitar o acesso aos diferentes perfis da biblioteca nas mídias sociais.	SANTANA, S. A.; FRANCO, M. L. V.; SANTOS, R. P. Aplicativo para dispositivos móveis: relato de experiência da biblioteca da escola de educação física e esporte da universidade de são paulo. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, v. 11, 2015. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/20720>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo	BRAPCI
Bibliotecas, usuários e tecnologias info-comunicacionais: perspectivas e transformações	Refletiu sobre o uso de mídias sociais como canal mediador para a troca de informações entre as bibliotecas e seu público-alvo.	ARAÚJO, W. S.; LOUREIRO, J. M. M.; FREIRE, G. H. A. J. Bibliotecas, usuários e tecnologias info-comunicacionais: perspectivas e transformações. Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação, v. 7, n. 2, 2014. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/17872>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo	BRAPCI
As competências profissionais do bibliotecário 2.0 no espaço da biblioteca universitária: discussão da prática	Apresenta o contexto da dinâmica proporcionada pela rápida adoção das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias.	VIEIRA, D. V.; BAPTISTA, S. G. O.; CERVERÓ, A. C. As competências profissionais do bibliotecário 2.0 no espaço da biblioteca universitária: discussão da prática. Informação & Sociedade: Estudos, v. 23, n. 1, 2013. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/13563>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo	BRAPCI
Bibliotecas em novos contornos: um estudo sobre a apropriação das mídias sociais para a comunicação nas bibliotecas da UFRN.	O estudo discorre acerca da prática de comunicação nas bibliotecas a partir da apropriação dos recursos da web 2.0, em especial das mídias sociais, estabelecendo a partir dos aspectos da midiatização novos cenários de comunicação em seus ambientes	MUNIZ, E. B. M. P. T.; LIMA, M. R. O. Bibliotecas em novos contornos: um estudo sobre a apropriaÇão das mídias sociais para a comunicaÇão nas bibliotecas da ufrn. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, v. 14, 2013.	Artigo	BRAPCI
Mídias sociais nas bibliotecas universitárias brasileiras	Discorre sobre o uso e as apropriações das mídias sociais pelas bibliotecas brasileiras.	CALIL JUNIOR, A. Mídias sociais nas bibliotecas universitárias brasileiras social media in thebrazilianuniversitylibraries. Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, v. 18, n. 2, 2013. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/13578>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo	BRAPCI

Os serviços da Web 2.0 e sua aplicabilidade no âmbito da Biblioteca 2.0	Aborda e apresenta alguns conceitos, tais como web 2.0 e biblioteca 2.0. Além de, falar sobre a utilização de recursos tecnológicos, tais como as mídias sociais, pelas bibliotecas.	FREIRE, G. R. D. A. et al. Os serviços da web 2.0 e sua aplicabilidade no âmbito da biblioteca 2.0. Múltiplos Olhares em Ciência da Informação, v. 3, n. 2, 2013. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/21338>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo	BRAPCI
BiblioCom: estendendo o acervo de bibliotecas por meio de uma rede social para empréstimo de livros de acervos pessoais	Trata-se de um estudo de caso cujo objetivo foi o desenvolvimento de um protótipo de rede social destinada ao empréstimo de livros entre os usuários da biblioteca universitária da Udesc, estendendo, dessa forma, o acervo da biblioteca com os acervos pessoais dos usuários da rede	JULIANI, J. P. et al. Bibliocom: estendendo o acervo de bibliotecas por meio de uma rede social para empréstimo de livros de acervos pessoais. InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação, v. 8, n. 2, 201710.11606/issn.2178-2075.v8i2p124-143. DOI:10.11606/issn.2178-2075.v8i2p124-143. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/27403>. Acesso em: 23 Maio 2018.	Artigo	BRAPCI
O ensino das mídias sociais nos cursos de graduação em Biblioteconomia do sul do Brasil	Esta comunicação apresenta as mídias sociais como um recurso para o trabalho do bibliotecário e investiga o ensino das mídias sociais nas matrizes curriculares dos Cursos de Graduação em Biblioteconomia das Instituições de Ensino Superior da região Sul do Brasil.	CARDOSO, A. C. L.; PEREIRA, A. M. O ensino das mídias sociais nos cursos de graduação em biblioteconomia do sul do brasil. Informação@Profissões, v. 6, n. 2, 2017. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/30178>. Acesso em: 23 Maio 2018.	Artigo	BRAPCI
Mídias sociais nas bibliotecas da UFRJ: adoção e monitoramento	Investigou o uso das mídias sociais em trinta e uma bibliotecas da Universidade Federal do Rio de Janeiro para compreender como utilizam estas ferramentas e tecer orientações para o bom uso das ferramentas de monitoramento	ANJOS, Cláudia Regina dos. Mídias sociais nas bibliotecas da UFRJ: adoção e monitoramento. 2016. 162 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Biblioteconomia, Mestrado Profissional em Biblioteconomia, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11422/1246>. Acesso em: 19 abr. 2018	Dissertação	BDTD
Políticas de informação e tecnologia em bibliotecas universitárias: um estudo comparativo nas bibliotecas USP/Ribeirão Preto e UNESP/Marília	Buscou compreender como as mídias sociais se integram às políticas de informação; verificar como as bibliotecas das universidades da USP/Ribeirão Preto e da UNESP/Marília utilizam as mídias sociais e como são exploradas.	REGO, Isabela Pereira do. Políticas de informação e tecnologia em bibliotecas universitárias: um estudo comparativo nas bibliotecas USP/Ribeirão Preto e UNESP/Marília. 2017. 86 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Faculdade de Filosofia e Ciências,	Dissertação	BDTD

		Departamento de Ciência da Informação, Universidade Estadual Paulista, Marilia, 2017.		
Presença digital de bibliotecas universitárias: diretrizes para o uso de mídias sociais	Objetivou produzir um conjunto de diretrizes para o uso de mídias sociais por bibliotecários atuantes em bibliotecas universitárias.	PRADO, Jorge Moisés Kroll do. Presença digital de bibliotecas universitárias : diretrizes para o uso de mídias sociais. 2015. 233 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Unidades de Informação, Ciência da Informação, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianopolis, 2015. Disponível em: <http://tede.udesc.br/bitstream/handle/1689/1/123094.pdf>. Acesso em: 19 abr. 2018.	Dissertação	BDTD
Espaço virtual e a comunicação com os usuários para mediação da informação: utilização pelas bibliotecas das universidades federais e estaduais brasileiras	A utilização dos dispositivos de comunicação da web social pelas bibliotecas universitárias públicas brasileiras, como um recurso que pode potencializar a mediação da informação através da interação entre usuários e bibliotecários é o tema deste trabalho. Nesta perspectiva, esta pesquisa teve por objetivo identificar e analisar como as bibliotecas das universidades federais e estaduais têm explorado os recursos de comunicação nos websites para ampliar suas ações voltadas à mediação para o acesso e uso da informação.	SANTOS, Raquel do Rosário. Espaço virtual e a comunicação com os usuários para mediação da informação: utilização pelas bibliotecas das universidades federais e estaduais brasileiras. 2013. 248 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de CiÊncia da InformaÇÃo, Instituto de CiÊncia da InformaÇÃo, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/7833>. Acesso em: 27 abr. 2018.	Dissertação	BDTD
Percepção de bibliotecários universitários quanto à relevância das redes sociais para o seu cotidiano profissional	O estudo tem o objetivo de conhecer a percepção dos bibliotecários atuantes na Biblioteca Universitária da UFSC quanto à relevância da noção ou conceito de redes sociais para a sua atuação no dia a dia.	CARPES, Gyance. Percepção de bibliotecários universitários quanto à relevância das redes sociais para o seu cotidiano profissional. 2011. 210 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de CiÊncia da InformaÇÃo, Centro de CiÊncias da EducaÇÃo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011. Disponível em: <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/95290>. Acesso em: 27 abr. 2018.	Dissertação	BDTD

Uso das ferramentas de redes sociais no sistema de bibliotecas do CEFET/RJ: um estudo de caso	A dissertação tem por objetivo e propor a utilização das ferramentas de redes sociais nas mesmas visando melhoria da comunicação e da qualidade dos serviços prestados a toda a comunidade acadêmica. Para alcançar tal objetivo questionários e entrevistas foram realizados com todos os chefes das oito bibliotecas que compõem o sistema de bibliotecas do CEFET/RJ	BATISTA, Roberta de Sousa. Uso das ferramentas de redes sociais no sistema de bibliotecas do CEFET/RJ: um estudo de caso. 2016. 112 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Sistemas de GestÃo, Departamento de Engenharia de ProduÇÃo, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/4288>. Acesso em: 27 abr. 2018.	Dissertação	BDTD
Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP	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	AGUIAR, Giseli adornato. Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP. Dissertação (Mestrado) – Programa de pos graduação em ciência da informação. Universidade de São Paulo. São paulo:, 2012. Disponível em: file:///C:/Users/Suzane/Downloads/Giseli_Aguiar_Dissertacao_final.pdf >. Acesso em: 27 abr. 2018.		
Bibliotecas digitais e redes sociais: motivos para integração	ABREU, Jônatas Souza de. Bibliotecas digitais e redes sociais: motivos para integração. Recife, 2012. 163 f. Dissertação (mestrado) - UFPE, Centro de Artes e Comunicação , Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação, 2013.	Trata das bibliotecas digitais, com ênfase na inserção de redes sociais na sua estrutura. Questiona, se o objeto de pesquisa, a BDTD em seu atual formato, pode atender aos pressupostos da biblioteca digital e se, poderia promover construção do conhecimento e socialização de saberes através da promoção de espaços colaborativos. Problematiza a questão da adequação da biblioteca digital de teses e dissertações à realidade social das redes.	Dissertação	BDTD
Competência em informação digital e o uso institucional de mídias sociais pelas bibliotecas das universidades da Rede ACAFE	Investigou a existência da relação entre a competência em informação digital dos bibliotecários da Associação Catarinense de Fundações Educacionais (ACAFE) e a presença digital das bibliotecas universitárias da rede ACAFE nas mídias sociais	Pizzorno, Ana Claudia Philippi. Competência em informação digital e o uso institucional de mídias sociais pelas bibliotecas das universidades da Rede ACAFE. 2016. 164 p. Dissertação(Mestrado) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2016 . Disponível em:	Dissertação	BDTD

Bibliotecas universitárias e presença digital: estabelecimento de diretrizes para o uso de mídias sociais	Apresenta diretrizes de uso de mídias sociais por bibliotecários em bibliotecas universitárias. Discute o contexto da sociedade contemporânea, fortemente marcada pela informação digital. Reflete também sobre o papel da biblioteca universitária aplicando o conceito de presença digital nesse contexto.	PRADO, Jorge Moisés Kroll do; CORREA, Elisa Cristina Delfini. Bibliotecas universitárias e presença digital: estabelecimento de diretrizes para o uso de mídias sociais. Perspect. ciênc. inf., Belo Horizonte , v. 21, n. 3, p. 165-181, Sept. 2016 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362016000300165&lng=en&nrm=iso>. access on 23 May 2018. http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/2733	Artigo	Scielo
Perspectivas e desafios dos dispositivos móveis para as bibliotecas universitárias brasileiras	Pesquisa quantitativa documental realizada nas bibliotecas universitárias federais brasileiras para veri car o nível de adequação ao fenômeno móvel, através de um conjunto de variáveis que mostram quais ações as bibliotecas estão desenvolvendo para atender os usuários de dispositivos móveis. Foi observado o uso de aplicativos, a adaptação dos catálogos, uso de redes sociais, entre outras variáveis.	GODOY-VIERA, Angel Freddy; VARVAKIS, Gregório; FORESTI, Fabricio. Perspectivas e desa os dos dispositivos móveis para as bibliotecas universitárias brasileiras. Rev. Interam. Bibliot, Medellín , v. 41, n. 1, p. 19-35, Apr. 2018 . Available from <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-09762018000100019&lng=en&nrm=iso>. access on 02 June 2018. http://dx.doi.org/10.17533/udea.rib.v41n1a03.	Artigo	Scielo
FERRAMENTAS 2.0 E BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS: LEVANTAMENTO DE USO E IMPLICAÇÕES	Apresenta o conceito de biblioteca 2.0, e como os serviços e produtos orientados nesta perspectiva transformariam as bibliotecas tradicionais em ambientes mais interativos e dinâmicos. Aborda como as ferramentas 2.0 - *blogs*, microblogs, redes sociais, *wikis*, portais de compartilhamento de imagens e vídeos, dentre outras - podem proporcionar o aprimoramento dos processos de comunicação, transmissão da informação e aquisição do conhecimento, resultando em uma maior aproximação da biblioteca e do bibliotecário com os seus usuários.	JORGE, Pablo Diego Silva de Souza; RIBEIRO, Marcos Maurilio. Ferramentas 2.0 e bibliotecas universitárias brasileiras: levantamento de uso e implicações. AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento, [S.l.], v. 2, n. 1, p. 22-33, ago. 2013. ISSN 2237-826X. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/41317>. Acesso em: 03 jun. 2018. doi:http://dx.doi.org/10.5380/atoz.v2i1.41317.	Artigo	DOAJ

bibliotecas universitárias das instituições estaduais de ensino superior paranaenses e a mediação da informação no Facebook	Apresenta uma pesquisa sobre as bibliotecas universitárias e as formas de mediação da informação através das ferramentas web, em especial das redes sociais. Como objetivo identifica e analisa a mediação da informação no Facebook	SANTOS NETO, João Arlindo dos; ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Bibliotecas universitárias das instituições estaduais de ensino superior paranaenses e a mediação da informação no Facebook. RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Campinas, SP, v. 15, n. 2, p. 442-468, abr. 2017. ISSN 1678-765X. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8648210>. Acesso em: 03 jun. 2018. doi:https://doi.org/10.20396/rdbci.v15i2.8648210.	Artigo	DOAJ
A presença da biblioteca universitária nas mídias sociais: um estudo baseado no Sistema de Bibliotecas da UFRJ	Esse trabalho investigou o uso das mídias sociais em trinta e uma bibliotecas da UFRJ para compreender como elas utilizam estas ferramentas e para construir orientações para o bom uso dessas ferramentas	ANJOS, C. U. R. A presença da biblioteca universitária nas mídias sociais: um estudo baseado no sistema de bibliotecas da ufrj. Biblionline, v. 12, n. 4, 2016. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/23243>. Acesso em: 19 Abr. 2018.	Artigo	Portal de Periódicos
As mídias digitais online no contexto da comunicação organizacional das bibliotecas	Empreende uma revisão de literatura a respeito das novas tecnologias da comunicação disponíveis na internet e tem por objetivo apresentar as potencialidades de tais ferramentas no contexto da comunicação organizacional das bibliotecas	ZAIDAN, T. E. As mídias digitais online no contexto da comunicação organizacional das bibliotecas. BIBLOS - Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação, v. 30, n. 2, 2016. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/22894>. Acesso em: 23 Maio 2018.	Artigo	Portal de Periódicos
Interatividade e colaboração via Web 2.0: estudo de caso em Bibliotecas Públicas do município de Goiânia Interactivity and collaboration in Web 2.0: a case study in Public Libraries in the city of Goiânia - Brazil	Trata da utilização dos recursos proporcionados pela Web 2.0 em bibliotecas públicas, para dinamização desses espaços e atratividade de novos usuários. Apresenta este novo modelo de plataforma web baseado na colaboração, compartilhamento de conteúdos/informações e interação via redes sociais, tais como facebook, blogs e wikis, na forma de suas potencialidades para as bibliotecas públicas.	OLIVEIRA, Lais Pereira de; SILVEIRA, Carlos Eduardo da. Interatividade e colaboração via Web 2.0: estudo de caso em Bibliotecas Públicas do município de Goiânia . Revista ACB, [S.l.], v. 18, n. 2, p. 901-925, set. 2013. ISSN 1414-0594. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/916>. Acesso em: 03 jun. 2018.	Artigo	Portal de Periódicos

Utilização do Facebook como meio de divulgação de fontes de informação pela biblioteca de referência NEAB/UDESC	As redes sociais servem como instrumentos para dar visibilidade às bibliotecas e o *Facebook* é a mídia social com maior crescimento de usuários atualmente. A Biblioteca de Referência é um projeto do Núcleo de Estudos Afro-brasileiros da Universidade do Estado de Santa Catarina e tem como objetivo a divulgação de informações sobre as populações de origem africana, afro-brasileira e indígena, inclusive via *Facebook*.	CARDOSO, Paulino de Jesus Francisco et al. Utilização do Facebook como meio de divulgação de fontes de informação pela biblioteca de referência NEAB/UDESC. Revista ACB, [S.l.], v. 20, n. 1, p. 34-40, abr. 2015. ISSN 1414-0594. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/977>. Acesso em: 03 jun. 2018.	Artigo	Portal de Periódicos
Webmarketing e Redes Sociais nas Bibliotecas.	As Redes Sociais são cada vez mais usadas como meio de comunicação e divulgação de instituições e organizações e assumiram-se como uma importante ferramenta de Marketing. Desde o início, as Bibliotecas aderiram a esta nova ferramenta e servem-se dela para se divulgarem e chegarem aos seus utilizadores, dando-lhes a conhecer as suas potencialidades e assim tornarem-se mais conhecidas. A interação com os utilizadores é fundamental e é uma forma de os fidelizar à Biblioteca.	SÁ SANTOS, A. Webmarketing e Redes Sociais nas Bibliotecas. *Cadernos de Biblioteconomia, Arquivística e Documentação*. 1/2, 27-39, Dec. 2011. ISSN: 00079421.	Artigo	Portal de Periódicos
Bibliotecas no Instagram: um estudo sobre o uso do aplicativo por unidades de informação.	A Internet permite a emergência e criação de sites com os mesmos propósitos: conectar atores em diferentes locais, através de uma interface virtual. Dentre eles, estão os sites de redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram. O presente trabalho é um estudo exploratório, com abordagem qualitativa e caráter descritivo, motivado em responder ao seguinte problema de pesquisa: como as bibliotecas utilizam o site de rede social Instagram e quais são seus objetivos?	DOS SANTOS GARCIA, IO; DA FONSECA E SÁ, MI. Bibliotecas no Instagram: um estudo sobre o uso do aplicativo por unidades de informação. : Libraries in the instagram: a study on the use of the application by information units. *Prisma.com*. 35, 108-151, Sept. 2017. ISSN: 16463153.	Artigo	Portal de Periódicos

Ferramentas colaborativas para bibliotecas	Apresenta como se dá a economia colaborativa e de que maneira ela mudou a forma de criação e desenvolvimento de produtos e serviços. Aborda o conceito de web 2.0, tratada por nós como web colaborativa, e a transformação da biblioteca tradicional em uma biblioteca mais interativa e dinâmica. Traz os tipos ferramentas de colaboração mais utilizadas – como wiki, redes sociais, blogs, second life, dentre outras - e suas características.	CONTI, Daiana Lindaura; PINTO, Maria Carolina Carlos. Ferramentas colaborativas para bibliotecas. Revista ACB, [S.l.], v. 15, n. 1, p. 7-21, dez. 2009. ISSN 1414-0594. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/684>. Acesso em: 03 jun. 2018.	Artigo	Portal de Periódicos

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

A partir dos trabalhos localizados pode observar que a temática mídias sociais está inserida na realidade brasileira e que esse tema tem despertado interesse de vários pesquisadores e apesar de ser um tema que esta em voga ele não é novo. Com base nesse levantamento esse é um tema que tem sido estudado no Brasil desde 2011, mas que se intensificou a partir do ano de 2015.

Os trabalhos encontrados possuem os mais variados objetivos e diferentes focos, mas ambos versam sobre o uso das mídias sociais pelas bibliotecas brasileiras o que demonstram a preocupação dos pesquisadores brasileiros sobre a incorporação dessas mídias no âmbito das bibliotecas.

5 CAMINHO METODOLÓGICO

Na realização de uma pesquisa é importante estabelecer uma metodologia, ou um caminho metodológico, para alcançar respostas para o problema proposto. Estabelecer uma metodologia para o desenvolvimento de uma pesquisa de natureza científica é essencial para o sucesso de qualquer estudo.

Segundo Andrade (2010, p.117) “metodologia é o conjunto de métodos ou caminhos que são percorridos na busca do conhecimento”. Diante disso, ao propor uma pesquisa de natureza científica o pesquisador deve estabelecer a metodologia para a realização do estudo, apresentando os métodos e as técnicas adotadas e o porquê tal abordagem se faz necessária.

Toda a metodologia é estabelecida a partir do problema de pesquisa, que é a pergunta chave para a realização do estudo. Essa dissertação tem a seguinte pergunta chave: como as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook* em suas práticas comunicativas? Visando encontrar respostas para esse problema de pesquisa nos parágrafos a seguir será apresentada a metodologia proposta para a busca por respostas para esse problema.

5.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa pode ser classificada em vários tipos: quanto à natureza, objetivos, abordagem do problema, procedimentos e entre outros. Cada tipo de pesquisa requer do pesquisador a escolha de um método que mais se adeque ao seu problema de pesquisa. Sendo assim, pode-se classificar essa pesquisa, segundo os objetivos propostos, em descritiva – exploratória que, por conseguinte, visa explorar e descrever o universo das bibliotecas das universidades federais brasileiras nas mídias sociais.

A pesquisa descritiva tem por premissa buscar a resolução de problemas, melhorando as práticas por meio da observação, análise e descrições objetivas, ela busca descrever os fatos ou fenômeno. Segundo Gil (2006, p. 42) a pesquisa descritiva tem como objetivo

> A descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. (...) Entre as pesquisas descritivas, salientam-se aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo. (...). São incluídas nestes grupos as pesquisas que tem por objetivo levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população.

Já a pesquisa exploratória visa proporcionar a busca por maiores informações sobre o objeto estudado, Matias-Pereira (2012, p. 88) complementa dizendo que esse tipo de pesquisa “visa proporcionar maior familiaridade com o problema com intuito de torná-lo explícito ou de construir hipóteses”. A realização da pesquisa exploratória foi fundamental para o desenvolvimento desse estudo, principalmente, porque foi a partir dela que se obtiveram maiores informações sobre as bibliotecas das universidades federais brasileiras, e consequentemente, tornou possível a realização das demais fases dessa pesquisa.

Esta pesquisa propõe apresentar um mapeamento do comportamento das bibliotecas das universidades federais brasileiras quanto o uso do *Facebook* em suas práticas comunicativas. Para retratar esse comportamento será necessário o emprego de técnicas da pesquisa quantitativa e da pesquisa qualitativa. Então do ponto de vista da abordagem do problema a presente pesquisa se caracteriza como quali-quanti.

A pesquisa quantitativa segundo Richardson (1999, p.70) “caracteriza-se pelo emprego de quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas”. Esse tipo de pesquisa será relevante para que possa quantificar estatisticamente o uso das mídias sociais pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras.

Com base nos dados estatísticos serão adotadas técnicas de pesquisa qualitativa para realizar uma análise mais profunda sobre o uso do *Facebook* pelas das bibliotecas universitárias federais brasileiras. Segundo Marconi e Lakatos (1995, p. 268) a pesquisa qualitativa “preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano.” O uso de técnicas da pesquisa qualitativa será pertinente para o desenvolvimento dessa pesquisa, porque possibilitará, por exemplo, a verificação de como se estabelece o uso do *Facebook* enquanto canal de comunicação pelas bibliotecas.

5.2 ETAPAS PARA COLETA DE DADOS

Para obter êxito nessa pesquisa e alcançar os objetivos propostos optou-se por estabelecer etapas. Diante disso, esse estudo está estruturado em quatro etapas sendo todas elas descritas nas seções subsequentes.

5.2.1 Primeira etapa: levantamento sobre as bibliotecas e a definição da amostra

A primeira etapa consistirá no levantamento de informações sobre as bibliotecas das universidades federais brasileiras, tais como: a quantidade de bibliotecas existentes em cada universidade e o nome de cada uma delas. Essa etapa será realizada para conhecer melhor as bibliotecas e obter mais informações sobre elas. Por isso será utilizado à técnica de observação sistemática nos sites institucionais das universidades federais brasileiras.

A técnica de observação sistemática segundo Marconi e Lakatos (1995) é uma técnica de coleta de dados para gerar informações, na qual se realiza condições controladas para responder a propósitos estabelecidos. Por isso, a busca por informações sobre as bibliotecas nos sites oficiais das universidades terá como objetivo principal a localização de links/menu que direcionem para os ambientes virtuais das bibliotecas.

Ao localizar os sites das bibliotecas será realizada novamente uma observação sistemática. Essa observação consistirá na busca pelas seguintes informações: nomes das bibliotecas e o quantitativo de bibliotecas existentes em cada universidade.

A partir desse levantamento será possível conhecer o universo de pesquisa que segundo Marconi e Lakatos (2001, p. 27) o “universo ou população é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”, sendo assim, têm-se como universo de pesquisa todas as bibliotecas das universidades federais brasileiras que apresentam como característica comum serem unidades responsáveis por dar suporte ao ensino, a pesquisa e a extensão por meio de seus recursos informacionais.

Ao obter informações sobre o universo desse estudo será possível dar continuidade a identificação do uso das mídias sociais pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras em suas práticas comunicativas.

5.2.2 Segunda etapa: a presença das bibliotecas na mídias sociais

A segunda etapa consistirá na identificação da presença das bibliotecas das universidades federais brasileiras nas mídias sociais. Essa etapa será realizada para identificar quais as bibliotecas das universidades federais brasileiras fazem uso de mídias sociais. Para obter respostas para esse objetivo será aplicada a técnica de observação sistemática nos sites institucionais das bibliotecas.

A busca será realizada, primeiramente, nos sites institucionais por acreditar que eles são construídos com informações oficiais para comunicar os usuários, por exemplo, sobre os produtos e serviços oferecidos, então dessa forma o uso de alguma mídia social também deve ser mencionado nesse site para que os usuários tenham conhecimento.

Para aquelas bibliotecas que não divulgam o uso de mídias sociais em seus sites institucionais, ou ainda, para aquelas que não possuem sites institucionais será realizado uma busca no *Facebook* com o intuito de localizar as páginas das bibliotecas. Isso porque essa pesquisa visa identificar os usos do *Facebook* pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras em suas práticas comunicativas. A escolha pelo *Facebook* como campo de análise foi baseada nos resultados dos estudos de Calil Junior, Capello e Santos (2012); de Calil Junior, Almendra e Vaz (2012); de Calil Junior (2013); de Ribeiro, Leite e Lopes (2014) e de Rezende, Martins e Silva (2016) demonstram que o *Facebook* é uma das mídias sociais mais utilizadas entre as bibliotecas das universidades federais brasileiras.

A busca no *Facebook* será realizada utilizando os seguintes termos: o nome da biblioteca, ou com o nome da biblioteca e a sigla da universidade a qual pertence, ou com o nome do campus e o nome da biblioteca. A partir dessa busca será possível identificar quantas bibliotecas das universidades federais possuem uma conta no *Facebook*. Além disso, identificarão quais delas possuem páginas.

5.2.3 Terceira etapa: coleta de dados

A terceira etapa consistirá na extração dos dados do *Facebook,* isso porque ele foi escolhido para servir como campo de análise dessa pesquisa. Para realizar a coleta de dados do *Facebook* serão utilizados métodos digitais. Os métodos digitais são um conjunto de procedimentos que estuda objeto nascido digital, tal como as

redes, os conteúdos, os *site*s etc. O que difere os métodos digitais dos demais métodos é o reconhecimento de que a internet não é apenas um objeto de estudo, mas também uma fonte para os estudos, no qual a internet é entendida como o meio. E para estudar esse meio é importante utilizar-se métodos pertencentes a ele, por exemplo, os dispositivos tecnológicos desenvolvidos para a extração de dados nas mídias sociais (ROGERS, 2017).

Os métodos digitais são importantes para a realização desta pesquisa porque o universo pesquisado é um nascido digital, e como característica do meio digital, possui uma base gigantesca de dados e sua coleta manual torna-se cansativa e muito demorada, por isso para realização da coleta de dados nesses casos é importante fazer uso de uma tecnologia, ou de um dispositivo, ou de um aplicativo ou de uma interface que faça a coleta de dados automaticamente.

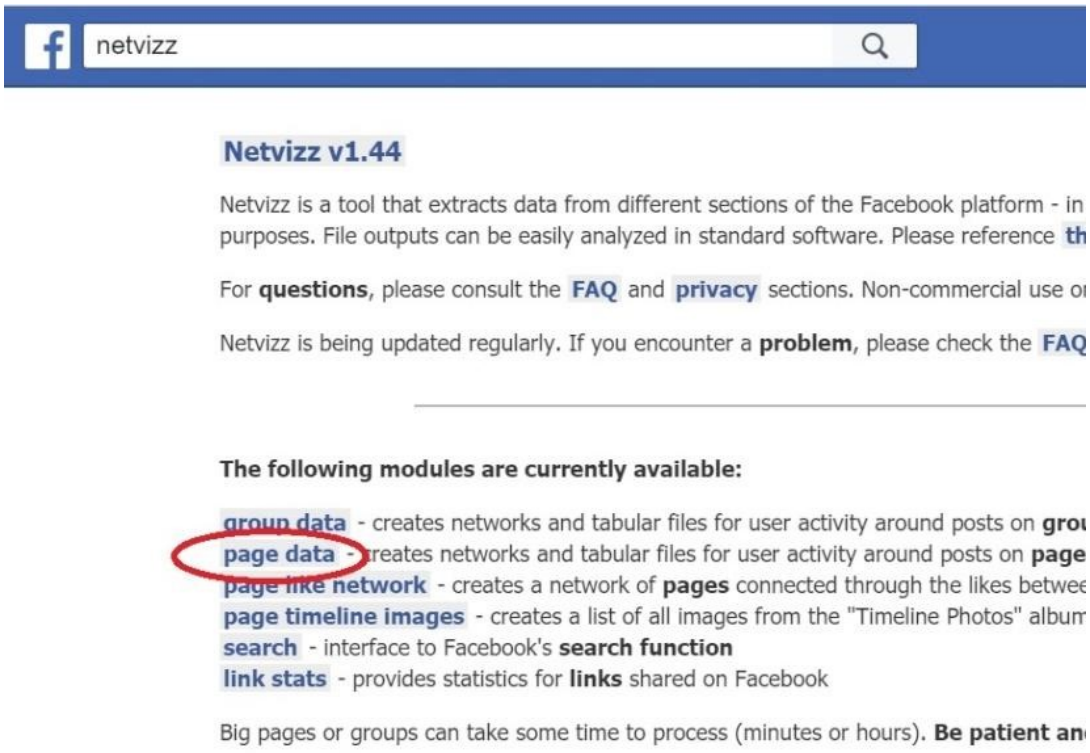
O *Netvizz* é um aplicativo que extrai dados de páginas do *Facebook* e foi desenvolvido por Bernhard Rieder em 2009. Ele permite extrair dados de diferentes seções do *Facebook* em formatos padrão e possibilita exportar os dados para planilhas do *Excel* (RIEDER, 2013). Diante disso, ele será utilizado para coletar os dados de todas as bibliotecas das universidades federais brasileiras que possuem uma página no *Facebook.*

O *Netvizz* permite a obtenção de dados em cinco módulos sendo eles dados de grupo, dados de página, rede de *like* de páginas, pesquisa e status do link (*FACEBOOK*, 2017). Para extração dos dados das páginas das bibliotecas será utilizado o módulo: dados de página. Esse módulo retorna dados sobre a atividade do usuário em torno de postagens na página[1]. Conforme figura abaixo:

---

[1]Para mais informações sobre como usar o *netvizz* acesse o link: <*https://www.youtube.com/watch?v=csjqLWDCW9Q*>. Esse é um tutorial desenvolvido pelo Laboratório de Políticas Públicas Participativas da Universidade Federal de Goiás.

Figura 9 – Netvizz passo 1



Fonte: *Facebook (*2017)

Ao utilizar o módulo dados de página é preciso informar o ID da página[2], o período temporal que deseja pesquisar e o tipo de dados que deseja recuperar. Por esse motivo, o período temporal selecionado foram os doze meses do ano de 2017 (01/01/2017 a 31/12/17).

Decidiu-se por esse recorte temporal por considerar que as universidades federais brasileiras trabalham em torno de um calendário acadêmico anual e nele são apresentadas todas as atividades que acontecem durante o ano letivo. E assim como os demais departamentos das universidades, as bibliotecas também desenvolvem suas atividades com base nesse calendário acadêmico. Por isso, acredita-se que esse recorte permitirá a obtenção de dados que representam um ciclo completo, que abrange todas as atividades desenvolvidas pelas bibliotecas durante um ano letivo.

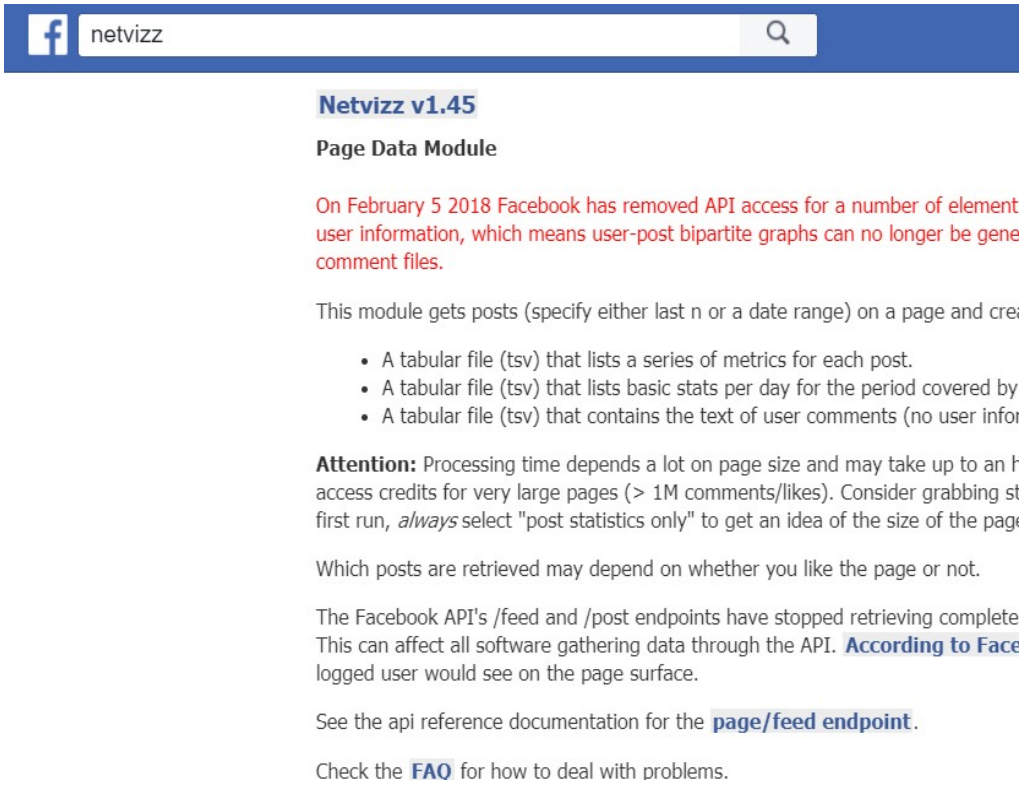
Além do período temporal é necessário definir quais dados deseja recuperar, por isso define-se que a busca abrangerá todos os dados da página (dados de

---

[2] Para localizar o ID da página basta acessar http://lookup-id.com/. Informe o URL da página que deseja saber o ID e clique em pesquisar. Após essa ação será apresentado o ID da página.

publicação, de curtidas, de reações, de comentários, de compartilhamento e engajamento) produzidos ao longo do ano de 2017, tanto pela página, quanto pelos usuários em torno da página. Na figura abaixo, é possível visualizar como será realizado o preenchimento dessas informações no *Netvizz* para realizar a extração dos dados das páginas das bibliotecas.

Figura 10 – Netvizz passo 2



Fonte: *Facebook (*2017)

Após a extração dos dados o *Netvizz* disponibiliza um arquivo compactado em formato *tab* com três planilhas, sendo que uma abrange todas as publicações realizadas (*fullstats*), outra, os comentários, e a terceira apresenta os dados estatísticos segundo o período temporal buscado. Para abrir e organizar esses arquivos será utilizado o *Excel*, um programa de editor de planilhas da *Microsoft Office*. Será criada uma pasta para cada biblioteca, para que essas planilhas sejam salvas em suas respectivas pastas, permitindo assim a identificação de cada uma delas.

Depois de extrair os dados de todas as páginas das bibliotecas, será criada uma planilha única, conforme modelo apresentado na figura abaixo:

Figura 11 – Modelo de planilha que será utilizado

Número	Sigla da Universidade	Região brasileira	Nome da Biblioteca	Tipo da publicação	Link da publicação	Conteúdo publicado	Data da publicação	Curtidas	Reações	Comentários	Compartilhamentos	Engajamento

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Com os dados organizados nessa planilha será possível identificar a quantidade total de publicações e realizar a análise de conteúdo dessas postagens.

5.2.4 Quarta etapa: análise de conteúdo

A quarta etapa constituirá na análise de conteúdo das publicações realizadas pelas bibliotecas no *Facebook.* Essa análise será realizada com o intuito de identificar para quais finalidades as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook.*

Segundo Bardin (2011) a análise de conteúdo (AC) trata-se de um conjunto de instrumentos metodológicos que se aplica a conteúdos diversos. Para ela “a análise de conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça” (BARDIN, 2011, p. 45).

Para Bardin (2011) a análise de conteúdo se organiza em três pólos, ou fases, sendo as fases denominadas de pré-análise, exploração do material e a fase de tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. Souza Júnior, Melo e Santiago (2010) baseado em Bardin (1988) e em Minayo (1998) criaram um roteiro didático para a análise de conteúdo.

Figura 12 – Roteiro didático para análise de conteúdo

ETAPAS	INTENÇÕES	AÇÕES
1ª etapa: pré-análise	*Retomada do objeto e objetivos da pesquisa; *Escolha inicial dos documentos; *Construção inicial de indicadores para a análise: definição de unidades de registro - palavras-chave ou frases; e de unidade de contexto - delimitação do contexto (se necessário);	*Leitura flutuante: primeiro contato com os textos, captando o conteúdo genericamente, sem maiores preocupações técnicas *Constituição do corpus: seguir normas de validade: 1- Exaustividade - dar conta do roteiro; 2- Representatividade - dar conta do universo pretendido; 3- Homogeneidade - coerência interna de temas, técnicas e interlocutores; 4- Pertinência - adequação ao objeto e objetivos do estudo.
2ª etapa: Exploração do material	*Referenciação dos índices e a elaboração de indicadores - recortes do texto e categorização; *Preparação e exploração do material - alinhamento;	*Desmembramento do texto em unidades/categorias - inventário (isolamento dos elementos); *Reagrupamento por categorias para análise posterior - classificação (organização das mensagens a partir dos elementos repartidos)
3ª etapa: Tratamento dos dados e interpretação	*Interpretações dos dados brutos (falantes); *Estabelecimento de quadros de resultados, pondo em relevo as informações fornecidas pelas análises;	*Inferências com uma abordagem variante/qualitativa, trabalhando com significações em lugar de inferências estatísticas.

Fonte: SOUZA JUNIOR; MELO; SANTIAGO (2010)

A pré-análise é a parte de sistematização das ideias ou a fase da organização propriamente dita. Esta fase engloba a retomada do(s) objetivo(s) do trabalho, a realização da leitura flutuante (para estabelecer o primeiro contato como os documentos, textos etc.), a escolha de documentos, ou definição do corpus da análise, e a elaboração de indicadores. De modo geral, é essa fase de sistematização que orientará o desenvolvimento das próximas fases da análise.

A fase de exploração do material é a realização da análise propriamente dita, consiste na aplicação sistemática das decisões tomadas é nessa fase que ocorre o processo de codificação em função de regras estabelecidas previamente (BARDIN, 2011). A fase do tratamento dos resultados é a etapa final da análise de conteúdo e consiste no tratamento dos dados brutos (obtidos na fase de exploração) em resultados significativos que permitam a inferência e a interpretação, com o intuito de comprovar ou refutar as hipóteses e de atingir o objetivo inicial da pesquisa.

Silva e Fossá (2015, p. 4) sintetizaram o método de análise de conteúdo de Bardin (2011) e apresentam as seguintes fases para a realização da análise de conteúdo.

> 1) Leitura geral do material coletado (entrevistas e documentos);
> 2) Codificação para formulação de categorias de análise, utilizando o quadro referencial teórico e as indicações trazidas pela leitura geral;
> 4) Recorte do material, em unidades de registro (palavras, frases, parágrafos) comparáveis e com o mesmo conteúdo semântico;
> 5) Estabelecimento de categorias que se diferenciam, tematicamente, nas unidades de registro (passagem de dados brutos para dados organizados). A formulação dessas categorias segue os princípios da exclusão mútua (entre categorias), da homogeneidade (dentro das categorias), da pertinência na mensagem transmitida (não distorção), da fertilidade (para as inferências) e da objetividade (compreensão e clareza);
> 6) agrupamento das unidades de registro em categorias comuns;
> 7) agrupamento progressivo das categorias (iniciais → intermediárias → finais);
> 8) inferência e interpretação, respaldadas no referencial teórico.

Baseado nas fases estabelecidas por Bardin (2011), no roteiro didático de Souza Júnior, Melo e Santiago (2010) e na síntese de Silva e Fossá (2015, p. 4) criou-se uma sistematização clara e sucinta para a realização da análise de conteúdo nessa pesquisa. Sendo assim descrita em etapas:

Quadro 7 – Roteiro para análise de conteúdo

FASES	AÇÕES
Pré- análise	**Definição do *corpus* de análise:** Quantos e quais as publicações realizadas pelas bibliotecas serão analisadas. (todas as publicações ou apenas uma amostra?)
	Leitura flutuante: realização de uma leitura simples e sem muitas pretensões, apenas para conhecer o corpus a ser analisado.
Exploração do material	**Leitura exaustiva e recorte do material em unidades de registro:** realização de uma leitura com o intuito de identificar o tema e criar as palavras chaves ou descritores que representem o assunto de cada publicação.
	Criação de categorias: criação de classes que representem um conjunto de unidades de registro (elementos) com características comuns.
	Agrupamento ou classificação: ao criar as categorias é necessário agrupar as unidades de registro (os descritores temáticos, palavras chaves) nas categorias que os representam.
Tratamento dos Resultados e interpretações	**Inferência e interpretação dos dados** baseado no referencial teórico.

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

5.2.4.1 Pré-análise

A primeira etapa da análise de conteúdo consiste na definição do *corpus* de análise e para definir esse *corpus,* previamente levou-se em consideração dois fatores. Primeiro fator, essa pesquisa abrange todas as bibliotecas das universidades federais brasileiras que usam o *Facebook* e, segundo, tem-se como recorte temporal todas as postagens realizadas ao longo do ano de 2017. Com base nesses fatores acredita-se que serão recuperadas inúmeras postagens, o que torna inviável a análise de todo o *corpus*, por questões relacionadas ao tempo para defesa da dissertação e ao trabalho a ser despendido, sendo então necessário estabelecer uma amostra.

Segundo Marconi e Lakatos (2001) amostra pode ser entendida como uma parcela selecionada do universo, um subconjunto do universo. Para descobrir e definir quais publicações farão parte da amostra será utilizada a técnica da amostragem aleatória simples sem repetição. Esse tipo de amostragem se caracteriza por proporcionar a cada membro de uma população/universo a mesma probabilidade de ser escolhido (MARCONI; LAKATOS, 2001). E será sem repetição porque a intenção é que as postagens das bibliotecas sejam selecionadas uma única vez para comporem a amostra.

Segundo Barbetta (2015) para a seleção de uma amostra aleatória simples é necessário ter uma lista completa com todos os elementos da população, pois essa técnica de amostragem consiste na seleção dos elementos que comporão a amostra por meio de um sorteio.

Tendo em vista que, todas as publicações realizadas pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras serão reunidas em uma única planilha será possível atribuir um número único para cada uma das postagens. O que, consequentemente, possibilitará a identificação do número total de elementos existentes.

Ao descobrir o número total de publicações efetuadas por todas as bibliotecas em suas páginas no *Facebook* ao longo do ano de 2017 será realizado o cálculo amostral para definir o tamanho da amostra a ser analisada. Esse cálculo

pode ser feito manualmente, a partir de fórmulas, ou automaticamente por meio de calculadora *online*[3].

Tendo em vista que, a pesquisa abrange um universo finito será necessário calcular a proporção para em seguida fazer o cálculo de ajuste para universos finitos, dado a partir das fórmulas seguintes:

$$n=\frac{Z^2.p.(1-p)}{e^2}$$

Sendo que:

n= tamanho da amostra
Z= nível de confiança
p= verdadeira proporção
e= erro amostral aceito

O nível de confiança será extraído da tabela Z. O grau de confiança considerado será de 95% dado pela tabela Z = 1,96. Sendo a verdadeira proporção sugerida de 0,5 que é a estimativa mais segura, pois corresponde ao maior tamanho de amostra que pode ser calculado numa razão de 0 a 1. O erro amostral aceito será de 2%.

Depois de realizar esse cálculo será necessário fazer o cálculo de ajuste para universos finitos a partir da fórmula abaixo.

$$n=\frac{n0.N}{n0+(N-1)}$$

Sendo que:

n= tamanho ajustado da amostra
n0= tamanho calculado sem ajuste (dado pela fórmula anterior)

---

[3] Esse é o *link* de um dos *sites* que disponibiliza a calculadora *online.* http://www.solvis.com.br/calculos-de-amostragem/

N= quantidade de publicações realizadas pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras.

O resultado desse cálculo dirá à quantidade de publicações que deverão ser analisadas nessa pesquisa, e com essa quantidade definida o próximo passo será selecionar os elementos de forma aleatória e sem repetição. Tendo em vista, que todas as publicações receberam um número único o *Virtual Basic for Applications* - VBA do *Excel* será utilizado para gerar uma lista de números sem repetição e de forma aleatória.

O VBA atua como uma linguagem de programação a serviço do usuário, permitindo a criação de macros e a automatização de diversos processos dentro das planilhas e tabelas desenvolvidas no Excel. Há uma infinidade de possibilidades de aplicação de VBA para automatizar processos dentro de arquivos do Excel, mas nessa pesquisa ele será utilizado para gerar uma lista de números aleatórios sem repetição. Para configurar o VBA para atingir esse objetivo o código abaixo será utilizado.[4]

---

[4] Vale ressaltar que só após a descoberta do número total de publicação e da determinação do número de publicações que comporão a amostra será possível finalizar a configuração desse comando. Pois os itens **valor_maior =** e **total_numeros_para_gerar =** deverão ser preenchidos com base nessas informações.

Figura 13 – Código do VBA

```
Sub GerarNumerosAleatoriosSemRepeticao()
Dim i                       As Integer
Dim j                       As Integer
Dim bRandomOk               As Boolean
Dim valor_aleatorio         As Integer
Dim valor_maior             As Integer
Dim total_numeros_gerados   As Integer
Dim total_numeros_para_gerar As Integer
Dim iControleGerar          As Integer
Dim iColunaCelula           As Integer

    valor_maior = 60    'Informe o maior número que poderá ser gerado
    total_numeros_para_gerar = 20      'Informe a quantidade de números aleatórios que deseja gerar
    total_numeros_gerados = 0
    iLinhaCelulaInicial = 2     'Informe a linha da primeira célula que será escrito o número
    iColunaCelula = 2   'Informe a coluna. Exemplo: Coluna B = 2
    iControleGerar = total_numeros_para_gerar + iLinhaCelulaInicial - 1

    'Gera quantos números forem indicados na variável 'total_numeros_gerados'
    For i = iLinhaCelulaInicial To iControleGerar
        total_numeros_gerados = total_numeros_gerados + 1

        'Fica executando a geração de um novo número enquanto houver duplicidade
        Do
            'Utilize a condição abaixo para verificar se ainda existem números possíveis a serem gerados
            'Porque se i for maior que o valor limite, significa que todos os números já saíram. Então, sai do loop
            If valor_maior < total_numeros_gerados Then
                valor_aleatorio = 0
                bRandomOk = True
                Exit Do
            End If

            'Gera um novo número
            Randomize   'Sempre utilize esta função antes de chamar Rnd
            valor_aleatorio = Int((valor_maior * Rnd) + 1)
            bRandomOk = True

            'Verifica se já saiu este número
            For j = iLinhaCelulaInicial To i
                If Cells(j, iColunaCelula).Value = valor_aleatorio Then
                    bRandomOk = False
                    Exit For
                End If
            Next j

        Loop While bRandomOk = False

        'Escreve o número na célula
        Cells(i, iColunaCelula).Value = valor_aleatorio
    Next i

    MsgBox "Números Gerados", vbInformation

End Sub
```

Fonte: Excel do seu jeito (2018)

Após inserir esse código em um módulo VBA será necessário mandar executar para que a lista de números seja gerada. Com essa lista em mãos será possível identificar quais postagens deverão ser analisadas, tendo em vista que, cada número selecionado representa uma publicação.[5]

5.2.4.2 Exploração do material

Depois de identificar e separar em uma planilha as publicações que serão analisadas iniciará as etapas de leitura, de recorte do material em unidades de

---

[5] A fórmula procv do *Excel* será utilizada para localizar os números sorteados na planilha que consta todas as publicações. Para a partir disso construir uma nova planilha com as publicações que deverão ser analisadas.

registro, de criação de categorias e de agrupamento ou classificação das unidades de registro nas categorias.

A etapa de leitura exaustiva das publicações será realizada para conhecer o teor das mensagens e, concomitantemente, a essa leitura as palavras chaves ou descritores que representem o assunto de cada publicação serão identificadas e anotadas. Sendo assim, realizada a codificação do material.

Segundo Bardin (2011) codificação é um processo de transformação dos dados brutos do texto, por meio do recorte, da agregação e enumeração para atingir a representação do conteúdo. O recorte representa a escolha das unidades de registro e de contexto. Para Bardin (2011, p. 130) a unidade de registro “é uma unidade de significação codificada e corresponde ao segmento de conteúdo considerado como unidade de base, visando à categorização e a contagem frequencial.” As unidades de registro mais utilizadas são a palavra, o tema, o personagem, o acontecimento e o documento.

O processo de codificação envolve três fases: o recorte (escolha das unidades), a enumeração (escolha das regras de contagem) e a classificação e agregação (escolha das categorias). Diante disso, nessa pesquisa a unidade de registro a ser adotada é o tema. Segundo Bardin (2011) o tema é a unidade de significação, sendo então recortados do texto as ideias constituintes, os enunciados e as proposições. Ao fazer essa análise de significação, ou análise temática, será possível descobrir os núcleos de sentido (palavras chave) de cada publicação.

A presença será a regra de enumeração adotada. Essa regra consiste na contagem da frequência de aparição de uma unidade de registro, que neste caso, são as palavras chaves identificadas a partir da análise temática.

A fase de classificação e agregação consiste na escolha das categorias, o que Bardin (2011) denomina de categorização. Segundo a autora “a categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos” (BARDIN, 2011, p. 146). Sendo que as categorias são as classes que reúnem os grupos de unidade de registro que apresentam características comuns.

Segundo Bardin (2011) para criar categorias é importante levar em consideração os princípios de exclusão mútua, homogeneidade, pertinência,

objetividade, fidelidade e produtividade. Carlomagno e Rocha (2016) descrevem esses princípios de forma clara e sucinta, sendo abaixo sintetizadas:

- Regra 1: Criar regras claras de inclusão e exclusão nas categorias.
- Regra 2: As categorias precisam ser mutuamente excludentes (exclusividade).
- Regra 3: As categorias não podem ser muito amplas (Homogeneidade).
- Regra 4: As categorias devem contemplar todos conteúdos possíveis, e “outro” precisa ser residual (exaustividade)
- Regra 5: É necessário ter objetividade, sem subjetivismos (“confiabilidade”).

Tendo em vista que, o objeto de análise dessa pesquisa são as publicações realizadas pelas bibliotecas em suas páginas no *Facebook,* as categorias não serão definidas a priori, pois o assunto das mensagens ainda não é conhecido. Por isso, a partir da leitura geral das publicações e do recorte do texto em palavras chaves que as categorias serão criadas com base nas regras descritas acima.

5.2.4.3 Tratamento dos resultados e interpretações

Após a fase de exploração do material será possível realizar a fase de tratamento e de interpretação dos dados obtidos e, consequentemente, obter respostas para o objetivo geral dessa pesquisa que visa identificar os usos do *Facebook* pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras em suas práticas comunicativas.

No próximo capítulo serão apresentados os resultados obtidos e as respectivas análises baseadas no referencial teórico dessa dissertação

6 BIBLIOTECAS E AS MÍDIAS SOCIAIS: RESULTADOS OBTIDOS

Essa pesquisa tem a seguinte pergunta central: como as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook* em suas práticas comunicativas? Para obter respostas para esse problema de pesquisa foram realizadas quatro etapas, sendo que na primeira buscou-se obter mais informações sobre as bibliotecas das universidades federais brasileiras, na segunda etapa procurou identificar quais bibliotecas das universidades federais brasileiras usam mídias sociais e quais mídias são usadas. A terceira etapa resultou na coleta de dados das páginas das bibliotecas no *Facebook* e a quarta etapa consistiu, basicamente, na análise das publicações realizadas pelas bibliotecas para identificar os usos que as bibliotecas fazem do *Facebook.* Diante disso, nesse capítulo são apresentados os resultados obtidos.

6.1 AS BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS

O objetivo dessa etapa era obter mais informações sobre o universo da pesquisa, o qual é constituído pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras. No entanto, essas bibliotecas fazem parte de um sistema maior que é a universidade e assim não são instituições autônomas. Por isso para falar sobre as bibliotecas universitárias é necessário entender o contexto no qual elas estão inseridas.

Atualmente, as universidades federais brasileiras são instituições responsáveis por ofertar diversos cursos gratuitos, nas mais variadas áreas e níveis. Elas têm natureza jurídica autárquica, são vinculadas ao Ministério da Educação e estão espalhadas por todo território brasileiro.

Partindo da premissa que as bibliotecas fazem parte da estrutura da universidade, fica evidente que o primeiro passo para obter mais informações sobre elas consistia na busca por informações sobre a quantidade de universidades federais existentes no Brasil.

Para identificar e quantificar as universidades federais brasileiras foi realizado um levantamento no dia 09 de abril de 2017 no sistema e-MEC. Esse sistema é mantido pelo Ministério da Educação e está disponível *online*. O e-MEC é “uma base de dados oficial e única de informações relativas às Instituições de

Educação Superior – IES e cursos de graduação do Sistema Federal de Ensino" (BRASIL, 2007).

O sistema e-MEC permite o cadastro e a consulta a informações relativas às instituições de educação superior no Brasil. Para fazer a consulta sobre as universidades federais brasileiras utilizou-se a opção de busca avançada, depois a seleção dos itens: buscar por instituição de ensino superior, da categoria administrativa pública federal e da categoria universidade como forma de organização acadêmica. A busca retornou os nomes, a localização, os conceitos de avaliação e a situação cadastral de todas as universidades federais brasileiras.

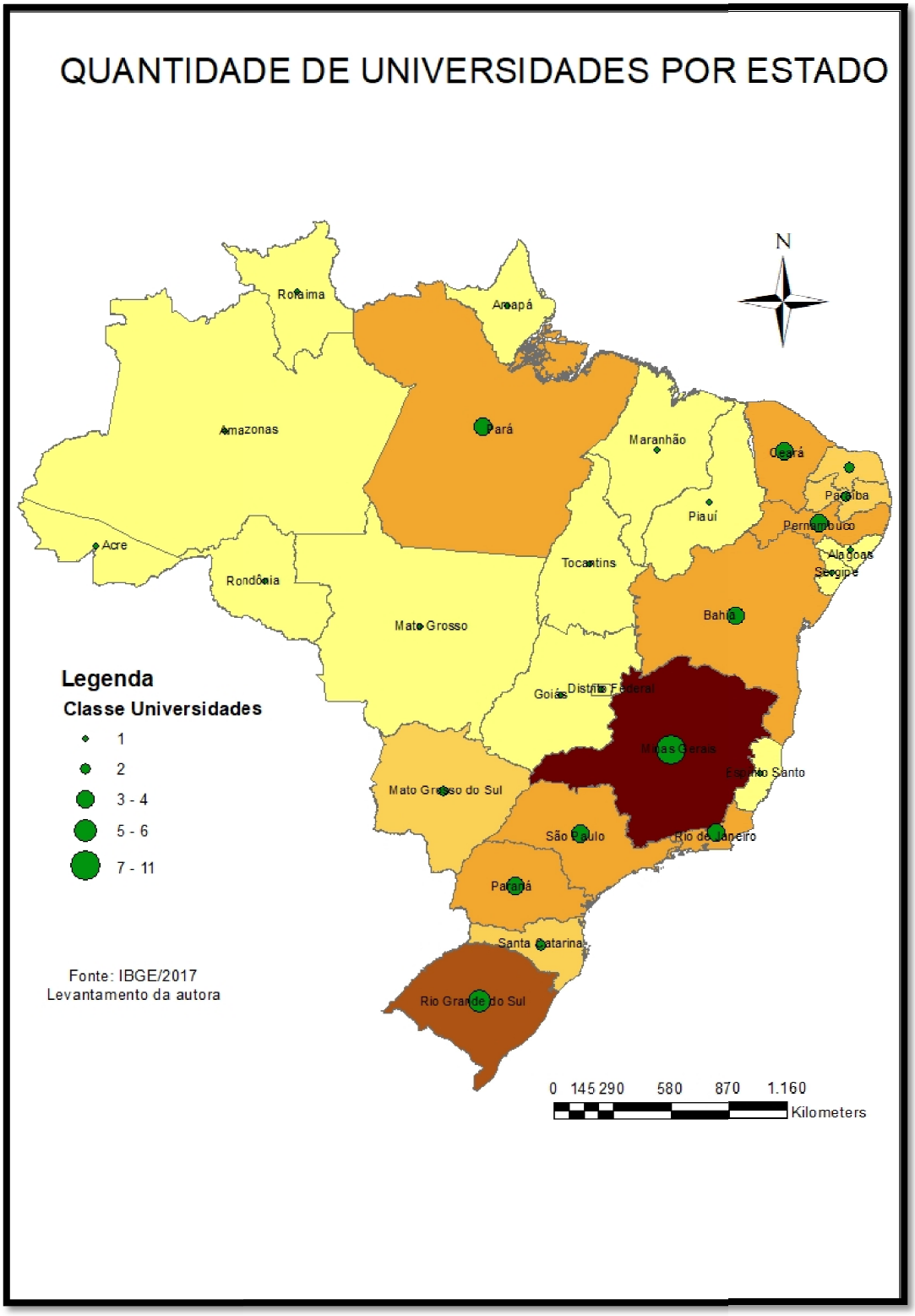
Os resultados da pesquisa mostraram que existem 63 universidades federais brasileiras presentes em todo território nacional[6], contando com pelo menos uma universidade nas vinte e sete unidades federativas. Sendo que, em alguns estados existem mais de uma universidade, como o é o caso de Minas Gerais que possui onze universidades federais em seu território. Essa distribuição pode ser observada no mapa abaixo[7].

---

[6] **No Apêndice – A** está a lista completa com o nome das Universidades Federais Brasileiras.

[7] Dados obtidos no dia 09/04/2017 às 21:50:49 por meio do relatório gerado pelo e-mec exportado para o *Excel*.

Figura 14 – Quantidade de Universidades distribuídas pelo Brasil



Fonte: Relatório sistema e-MEC (2017).

A partir das informações obtidas sobre as universidades iniciou-se o levantamento para obter informações sobre a quantidade de bibliotecas existentes em cada universidade e o nome de cada uma delas. Foram realizadas buscas nos *sites* de todas as 63 universidades, entre os dias 19/05/2017 à 24/06/2017 e utilizou-se à técnica de observação sistemática.

As buscas nos *sites* das universidades foram direcionadas para a localização de *menus* ou *links* que encaminhasse para os ambientes virtuais das bibliotecas. E, ao localizar os *site*s das bibliotecas buscou-se por informações sobre o nome de cada uma dela e a quantidade de bibliotecas existentes.

Existem no Brasil, atualmente, 63 universidades federais e no total essas universidades possuem em sua estrutura organizacional 655 bibliotecas[8]. E essas bibliotecas estão distribuídas pelos estados brasileiros da seguinte forma[9]:

Tabela 2 – Quantidade de Universidades e Bibliotecas existentes

Regiões brasileiras	Quantidade de Universidades	Quantidade de Bibliotecas
Centro Oeste	5	34
Nordeste	18	189
Norte	10	107
Sul	11	126
Sudeste	19	199
Total Geral	**63**	**655**

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Dentre as 63 universidades apenas na Universidade Federal do Sul da Bahia – UFSBA não localizou-se informações sobre a existência da biblioteca. No *site* institucional dela não existe qualquer menção sobre a biblioteca, nem na página principal e nem dentro de *menus* do *site.* Por esse motivo, dentre as 655 bibliotecas não existe nenhuma biblioteca representando essa instituição.

---

[8] Todas as informações sobre as bibliotecas das Universidades Federais Brasileiras foram extraídas, exclusivamente, dos *site*s institucionais das bibliotecas. Em nenhum momento a pesquisadora entrou em contato com as instituições. Diante disso, as informações aqui constantes são o reflexo do que as bibliotecas apresentam em seus *site*s para todos os seus usuários.

[9] **No Apêndice – B** encontra-se a relação completa de Universidades e o número de bibliotecas que cada uma delas possui.

Outro problema encontrado foi a incompletude de informações sobre as bibliotecas nos *sites institucionais*; isso ocorreu tanto no *site* da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ, quanto na Universidade Federal de Viçosa – UFV. Na UFRRJ existe um *link* na página principal da universidade direcionando para o *site* da biblioteca central. Nesse *site* são apresentadas informações da própria biblioteca central e não existe um *menu*, ou qualquer *link*, que mencione a existência de outras bibliotecas. Por isso, a princípio entendeu-se que existia apenas uma biblioteca na UFRRJ, mas ao verificar o catálogo *online* dessa instituição deparou-se com o nome de 9 bibliotecas, além da biblioteca central. Diante desse fato, optou-se por entrar nos *sites* de todos os institutos e faculdades dessa universidade para verificar se existia alguma informação sobre a existência de bibliotecas nesses locais. Após essa busca foi identificou-se a existência de mais 3 bibliotecas, além da biblioteca central. Por isso, dentre o total de 655 bibliotecas constam apenas 4 bibliotecas da UFRRJ.

O mesmo aconteceu com a UFV, que não menciona nomes ou informações sobre outras bibliotecas além da biblioteca central. Mas olhando o *menu* que fala sobre a história da biblioteca central existe a informação de que a UFV possui 22 bibliotecas setoriais. Mas mesmo depois de fazer pesquisas pelo *site* da UFV foram localizadas apenas 2 bibliotecas, além da central. Por isso, foram consideradas apenas 3 bibliotecas para essa instituição, por causa da falta de informações no *site* da UFV sobre as outras bibliotecas.

Calil Junior (2013) realizou um mapeamento dos ambientes virtuais das universidades federais brasileiras e de suas respectivas bibliotecas em um artigo publicado em 2013. Ao compararmos os dados obtidos nessa pesquisa com os dados alcançados por ele tem-se o seguinte panorama.

Tabela 3 – Panorama das universidades e suas bibliotecas de 2012 e 2018

	Quantidade de Universidades em 2012	**Quantidade de Universidades em 2018**	**Quantidade de Bibliotecas em 2012**	**Quantidade de Bibliotecas em 2018**
Centro Oeste	5	5	27	34
Nordeste	14	18	147	189
Norte	8	10	70	107
Sul	11	11	107	126
Sudeste	19	19	170	199
Total Geral	**57**	**63**	**521**	**655**

Fonte: Elaborado pela autora baseado nos dados apresentados na tabela bibliotecas universitários por região no artigo de Calil Junior (2013)

Com base nos dados acima pode-se afirmar que houve um aumento tanto no número de universidades, quanto no número de bibliotecas. Em se tratando de números, segundo Calil Junior (2013) no ano de 2012 existiam 57 universidades e, atualmente, existem 63. Foram criadas 6 universidades de 2012 até hoje. Em relação às bibliotecas, a pesquisa de Calil Junior (2013) contabilizou 521 bibliotecas e nessa pesquisa identificou um total de 655. Diante disso, 134 novas bibliotecas foram criadas depois do levantamento realizado por Calil Junior (2013).

Em relação à identificação da presença de *links* ou *menus* das bibliotecas na página principal das universidades, foi possível observar que a maioria das bibliotecas possui um *link* visível nos *sites* das universidades, o qual direciona para a página da biblioteca central ou para o sistema de bibliotecas. Como é possível observar, por exemplo, na página da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS).

Figura 15 – Página principal do Site da UFMS

Fonte: UFMS (2017)

Esse aspecto coincide com os resultados obtidos por Calil Junior (2013), pois já se observava a presença de *links* para os ambientes virtuais das respectivas bibliotecas na maioria dos *site*s das universidades pesquisadas. E segundo Prado (2015), para que uma biblioteca universitária tenha uma boa presença digital é

fundamental que seu *site* seja de fácil acesso. Diante dessa afirmação e a partir dos dados obtidos pode-se dizer que as bibliotecas têm conquistado seu espaço nas páginas principais das universidades o que contribui para sua visibilidade no ambiente digital.

Ao final dessa etapa pode-se afirmar que **o universo de pesquisa dessa dissertação é composto por um total de 655 bibliotecas** presentes em todas as universidades federais brasileiras. Sendo assim, o objetivo de identificar as bibliotecas das universidades federais brasileiras foi alcançado.

6.2 A PRESENÇA DAS BIBLIOTECAS NAS MÍDIAS SOCIAIS

Nessa etapa buscou-se identificar quais as bibliotecas das universidades federais brasileiras fazem uso de mídias sociais. Para responder esse objetivo foi realizado um levantamento, entre os dias 19/01/2018 à 24/02/2018, aplicando a técnica de observação sistemática nos *site*s institucionais das 655 bibliotecas das universidades federais brasileiras.

Os dados obtidos mostram que do total de 655 bibliotecas, 316 delas usam algum tipo de mídia social[10], o que equivale a 48,2%. Em seu levantamento Calil Junior (2013) identificou que do total de 495 bibliotecas, 226 faziam uso de mídias sociais, ou seja, um percentual de 46,5%. Ao comparar esses dados pode-se inferir que teve um pequeno aumento na adoção de mídias sociais por parte das bibliotecas. No entanto apesar de ter ocorrido esse aumento, 51,8% das bibliotecas pesquisadas ainda não usam nenhum tipo de mídia social[11]. Fato que incita questionamentos devido ao baixo índice de crescimento no uso de mídias sociais pelas bibliotecas.

---

[10] No **Apêndice – C** encontra-se a lista com o nome de todas as bibliotecas que usam mídias sociais.

[11] Vale ressaltar que o objetivo desse levantamento foi identificar quais as bibliotecas das Universidades Federais Brasileiras usam mídias sociais, sendo, portanto excluído dos cálculos as mídias sociais dos sistemas de bibliotecas. No entanto existem instituições que apenas os sistemas de bibliotecas possuem mídias sociais, centralizando assim todas as bibliotecas da rede em uma única mídia. Como é o caso da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB) e da Universidade Federal de Goiás (UFG). Tendo em vista que, as mídias sociais dos sistemas de bibliotecas foram desconsideradas as bibliotecas dessas instituições contribuíram para aumentar o quantitativo de unidades de informação que não usam mídias sociais. Vale destacar ainda, que não é interesse dessa pesquisa discutir qual é a melhor opção, se é a centralização em uma única mídia, ou se é a descentralização onde cada biblioteca tem a possibilidade de criar e administrar suas mídias sociais. Esse questionamento é um ponto a ser desenvolvido em outra pesquisa.

Bibliotecas de todas as cinco regiões brasileiras fazem uso de mídias sociais. A região sul se destaca, pois apresentou um percentual de 69% bibliotecas com contas ativas em mídias sociais, conforme é apresentado na tabela abaixo.

Tabela 4 – Uso das mídias sociais por região brasileira

Regiões brasileiras	Quantidade de Bibliotecas que usam alguma mídia social		Quantidade de Bibliotecas que não usam mídia social	
Centro Oeste	8	24%	26	76%
Nordeste	87	46%	102	54%
Norte	35	33%	72	67%
Sul	87	69%	39	31%
Sudeste	99	50%	100	50%
Total Geral	**316**	**48,2%**	**339**	**51,8%**

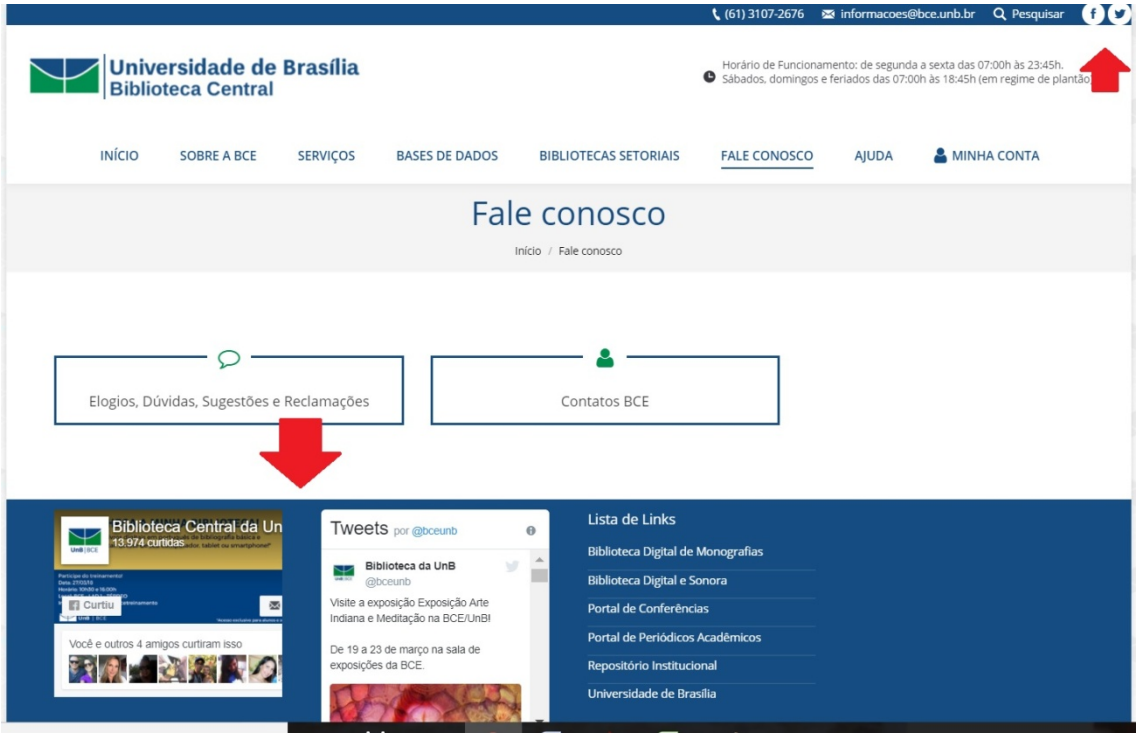
Fonte: Elaborado pela autora (2018)

No que diz respeito à divulgação do uso dessas mídias sociais nos *site*s institucionais identificou-se que 56,6% das bibliotecas fazem a divulgação e 43,4% não informaram nos seus *site*s o uso de mídia social[12].

O *site* da Biblioteca Central da Universidade de Brasília - UnB se destaca no quesito divulgação do uso das mídias sociais. Essa biblioteca inseriu *links,* tanto na parte superior da página, quando no final do *site* que direcionam para as mídias sociais usadas. Ambas as formas de divulgação são fixas e aparecem em todo o *site,* como é possível observar na imagem abaixo.

[12] Para aquelas bibliotecas que não divulgaram em seus *sites* o uso de mídias sociais, a localização dessa informação se deu a partir de buscas realizada no *Facebook.* Por isso em 137 bibliotecas (43,4%) identificou-se apenas o uso dessa mídia social, mas não deve-se descartar a hipótese dessas bibliotecas usarem outras mídias além do *Facebook.*

Figura 16 – Site da Biblioteca central da UnB



Fonte: Unb (2017)

Segundo Amaral (2007, p. 76) uma das atividades mais conhecidas no *marketing* em unidades de informação é a promoção, e essa atividade consiste em utilizar “canais de comunicação para informar a existência de algo, além de convencer os possíveis interessados em usar ou adquirir aquilo que se promove”. Diante disso, a atitude da Biblioteca Central da Universidade de Brasília demonstra preocupação com a promoção de seus produtos e serviços, tendo em vista que ela usa seu *site,* por exemplo, para informar os usuários sobre suas mídias sociais. Por isso é importante as bibliotecas estarem atentas na construção e na manutenção de seus canais de comunicação, porque é a partir deles que os usuários terão conhecimento das atividades desenvolvidas pelas bibliotecas.

Os *sites* institucionais enquanto um dos tipos de canais de comunicação que podem ser adotados pelas bibliotecas, são portais de informação capazes de desempenhar diversas funções como: fornecer informações institucionais, informações sobre o funcionamento da unidade de informação e seus recursos informacionais e disponibilizar instruções sobre como utilizar os seus produtos e serviços. Eles podem servir ainda como portal para outras fontes de informação de interesse de seus públicos, como fonte de pesquisa além de serem utilizados como

instrumentos de promoção e de comunicação com o público da biblioteca (AMARAL; GUIMARÃES, 2008).

Os *sites* devem servir como um canal de comunicação que possibilita a interação entre a biblioteca e o usuário para além do espaço físico. Por isso, por meio de seus *sites*, essas bibliotecas podem divulgar suas atividades, apresentar informações sobre o próprio uso do acervo, como também manter um processo de comunicação mais ativo com seus usuários (GOMES; SANTOS, 2009).

Existem várias maneiras de usar *os sites* para promover os produtos e serviços e ampliar a comunicação com os usuários, por isso acredita-se que quando as bibliotecas não disponibilizam as informações sobre o uso das mídias sociais em seus *sites* é um ponto negativo na promoção da biblioteca. Pois se os produtos e serviços oferecidos não são divulgados no seu portal de informação é como se eles não existissem.

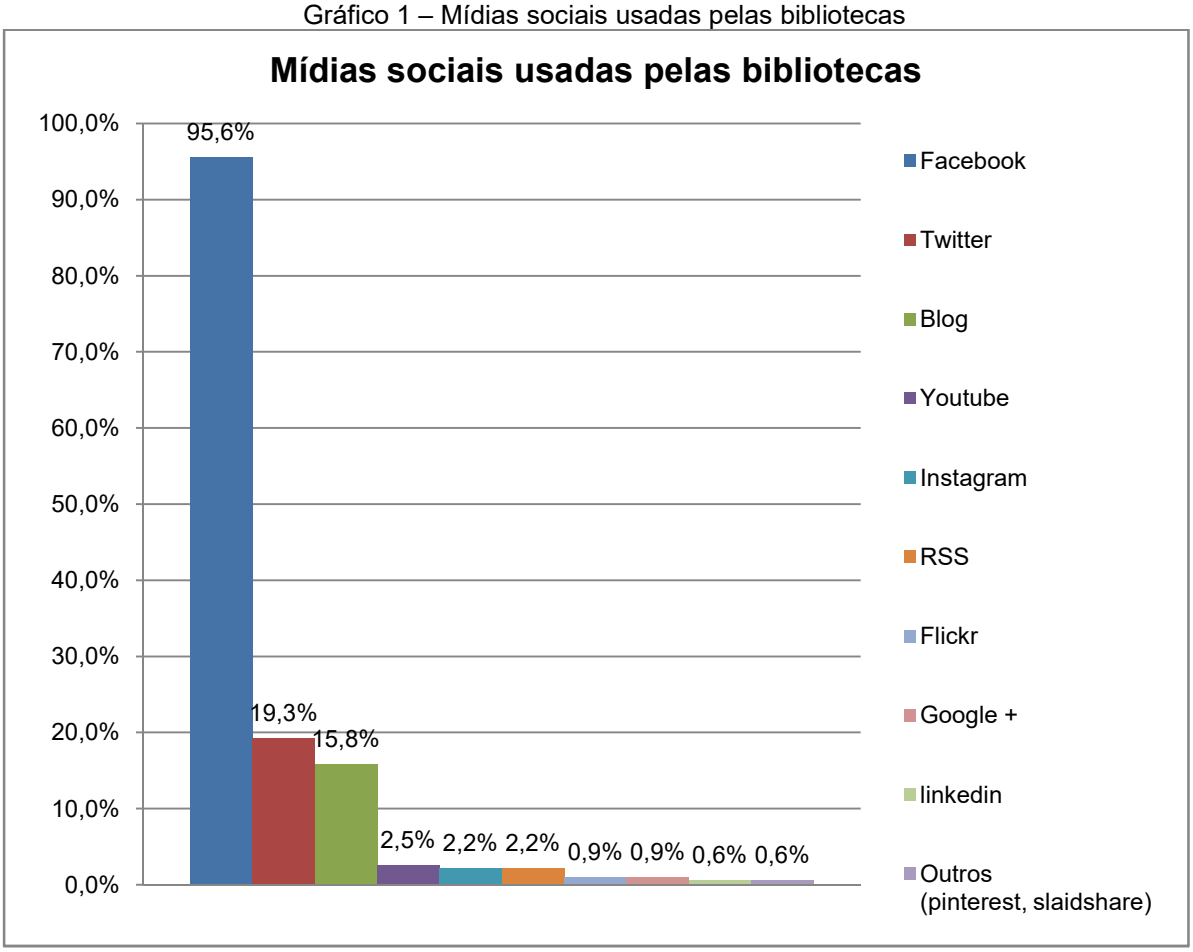
A questão é que a maioria das bibliotecas não possui *sites* próprios e tem apenas um pequeno espaço reservado no *site* da biblioteca central ou do sistema de bibliotecas. E normalmente, esses espaços trazem apenas informações básicas das bibliotecas, tais como: nome, endereço, telefone e e-mail para contato. É o caso, por exemplo, das bibliotecas setoriais Pólo Penedo, Pólo Viçosa, Pólo Santana e biblioteca setorial de Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Alagoas – UFAL que são divulgadas por meio do *site* do sistema de bibliotecas.

Esse problema da falta de um *site* poderia ser resolvido, por exemplo, com a utilização de um *blog*. Esse tipo de mídia social é gratuito, personalizável, fácil de manusear e apresentam uma estrutura parecida com os *sites.* Além disso, segundo *Reed* (2012, p. 95) o *blog* pode ser

> utilizado para agregar outras mídias, incluindo imagens, vídeos e áudio, além de texto. Pode agregar *feed* de outros *sites,* como atualizações do *Twitter* ou fotos do *Flicker.* E pode criar *feed* para que as pessoas possam assinar seu último conteúdo. Um *blog* também é a maneira mais fácil de criar um site. Você pode até usar como site principal da empresa.

No que se refere às mídias sociais usadas pelas bibliotecas foram obtidos os seguintes dados:

Gráfico 1 – Mídias sociais usadas pelas bibliotecas



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Do total de 316 bibliotecas que usam alguma mídia social identificou-se que 95,6% delas têm conta ativa no *Facebook*. Sendo, portanto essa a mídia social mais utilizada pelas bibliotecas. Mas além do *Facebook* as bibliotecas usam também o *Twitter* (19,3%), o blog (15,8%), o Youtube (2,8%), o Instagram (2,2%), o RSS (2,2%), Flickr (0,9%), Google + (0,9%), o Linkedin (0,6%), o *Pinterest* e *Slaidshare* (0,6%).

A categoria outros é composta pelas seguintes mídias sociais: *Pinterest* e S*laidshare*. Decidiu-se criar essa categoria porque essas mídias foram mencionadas uma única vez. A Biblioteca de Ciências Humanas da Universidade Federal do Ceará (UFC) é a única que informa no espaço destinado à ela, no site do sistema de bibliotecas, o uso do *Pinterest*. O mesmo ocorre com a Biblioteca de Ciências Jurídicas (JU) da Universidade Federal do Paraná (UFPR) que divulga o uso do S*laidshare* em seu site.

Ao comparar os dados obtidos sobre as mídias sociais com outras pesquisas percebe-se uma predominância no uso do *Facebook* e do *Twitter*. Calil Junior, Capello e Santos (2012) mapearam o uso e apropriações das ferramentas colaborativas pelas bibliotecas das universidades federais das regiões sudeste, sul e centro oeste e também identificaram que o as mídias sociais mais utilizadas pelas bibliotecas dessas regiões era o *Facebook* e o *Twitter*.

O estudo de Calil Junior, Almendra e Vaz (2012) mapeou o uso das ferramentas colaborativas pelas bibliotecas das universidades federais das regiões nordeste e norte do Brasil e também identificaram que o *Facebook* e o *Twitter* eram as mídias mais utilizadas pelas bibliotecas das regiões investigadas.

Calil Junior (2013) realizou um levantamento para identificar a adoção das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias brasileiras e descobriu que as mídias mais utilizadas pelas bibliotecas eram o *Twitter* com 44%, o *Facebook* com 22% e o blog com 17% das bibliotecas.

Segundo Ribeiro, Leite e Lopes (2014) que analisaram as mídias sociais mais pelas bibliotecas das obtiveram como resultado o *Twitter* (68%), o *Facebook* (58%) e o blog (26%).

Já os dados apresentados na pesquisa de Rezende, Martins e Silva (2016), que realizaram um levantamento de caráter quantitativo acerca do uso das mídias sociais por parte das bibliotecas das IFES brasileiras mostraram que a mídia social mais utilizada pelas bibliotecas era o *Facebook* com um percentual de 43%, seguidos do *Twitter* com 29% do total de bibliotecas. Resultados esses que condizem com os dados obtidos nessa pesquisa que observou uma predominância no uso do *Facebook* pelas bibliotecas.

A confirmação do *Facebook* como a mídia social mais utilizada pelas bibliotecas corrobora com o delineamento dessa pesquisa, que tem como objetivo geral identificar os usos do *Facebook* pelas bibliotecas das universidades Federais Brasileira sem suas práticas comunicativas. Essa confirmação traz mais subsídios sobre a importância da realização deste trabalho, pois mostra que a decisão de delimitar o *Facebook* como campo de análise foi acertada.

6.3 O USO DO *FACEBOOK* PELAS BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES

Ao obter informações sobre quais são as mídias sociais usadas pelas bibliotecas das universitárias federais brasileiras e, consequentemente, quantas bibliotecas usam o *Facebook* foi possível conhecer a população dessa pesquisa, que é representada pelas bibliotecas que possuem uma página no *Facebook.*

Com base nos resultados obtidos constatou-se que 302 bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook*[13], mas apenas 252 têm página, as demais usam perfil. Diante disso, **a população dessa pesquisa é composta por 252 bibliotecas**.

Tabela 5 – Bibliotecas que usam o *Facebook* segundo as regiões brasileiras

Regiões brasileiras	**Qtd. Bibliotecas que possuem página no *Facebook***	**Qtd. Bibliotecas que possuem perfil no *Facebook***
Centro Oeste	6	2
Nordeste	64	21
Norte	24	11
Sul	76	7
Sudeste	82	9
Total Geral	**252**	**50**

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Verificou-se que 50 bibliotecas usam perfis e de acordo com a política do *Facebook* o perfil representa um indivíduo, por isso é uma conta pessoal, de uso exclusivo para pessoas e não deve ser usado por empresas, marcas, organizações e instituições (*FACEBOOK,* 2018a). Para atender as instituições, tal como as bibliotecas, existem as páginas. As bibliotecas que usam perfil ao invés de página além de estarem infringindo as regras do *Facebook* estão também deixando de usufruir diversos recursos que dão subsídios para o melhor aproveitamento dessa mídia social.

Para as 50 bibliotecas que usam perfis o *Facebook* (2018a) alerta: “é contra os termos do *Facebook* usar sua conta pessoal para representar algo além de você mesmo (por exemplo, sua empresa) e o acesso à sua conta poderá ser removido

---

[13] **No Apêndice – D** encontra-se a lista com os nomes e os links dos contas das bibliotecas no *Facebook.*

definitivamente se você não convertê-la em uma página". Por isso eles oferecem o recurso converter perfil pessoal em página.

Esse recurso pode ser usado por essas bibliotecas para transformar seus perfis em páginas de forma ágil. Fazendo isso elas estarão seguindo as regras de uso e também criando outras possibilidades para ampliar a comunicação entre os usuários. Além disso, elas não estarão mais limitadas a estabelecerem somente até 5 mil conexões ou amigos. Sendo esse limite de conexões algo inconcebível para instituições que recebem anualmente novos ingressantes nos diversos cursos oferecidos pela universidade.

Após a identificação das 252 bibliotecas que possuem página no *Facebook* foi realizada a etapa de coleta de dados. No momento da coleta se deparou com as seguintes situações:

- **4 bibliotecas desativaram suas contas**: a Biblioteca da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG; a biblioteca Setorial Monte Carmelo da Universidade Federal de Uberlândia – UFU e a Biblioteca Campus I da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM; a Biblioteca setorial do Campus Blumenau da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.[14]
- **5 bibliotecas criaram suas páginas no presente ano (2018).** São elas**:** Biblioteca de Ciências Biológicas da Universidade Federal do Paraná – UFPR; Biblioteca do Campus de Tocantins (Cametá) da Universidade Federal do Pará – UFPA; Biblioteca Universitária de Santa Maria da Vitória da Universidade Federal do Oeste da Bahia – UFOB; Biblioteca Setorial do Museu Amazônico da Universidade Federal do Amazonas – UFAM; Biblioteca Infantojuvenil da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO.
- **16 bibliotecas não publicaram no ano 2017** (recorte temporal definido para extração dos dados). Sendo que desse total, 10 bibliotecas estão com suas páginas desatualizadas, ou seja, não realizam publicações no mínimo há dois anos. Como é o caso, por

[14]Dentre os dias 26/03/2018 e 09/04/2018 foram realizadas várias tentativas para verificar se as páginas haviam sido reativadas. No entanto, não se obteve êxito e decidiu-se dar continuidade na pesquisa com os dados das demais bibliotecas.

exemplo, da biblioteca Setorial da Faculdade Integrada de Ciências da Saúde do Trairi da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN que realizou sua última publicação no ano de 2014.

Diante de tais situações coletou-se os dados de 227 bibliotecas. Elas estão assim distribuídas segundo as regiões brasileiras:

Tabela 6 – Bibliotecas que tiveram os dados coletados do *Facebook*

Regiões brasileiras	**Qtd. Bibliotecas que tiveram os dados coletados do *Facebook***
Centro Oeste	6
Nordeste	57
Norte	18
Sul	71
Sudeste	75
Total Geral	**227**

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

A coleta de dados foi realizada entre os dias 26/03/2018 e 09/04/2018 por meio do *Netvizz.* Foram coletados os dados de 227 bibliotecas que realizaram publicações no ano de 2017 e foram salvos nas pastas com os nomes das bibliotecas. Depois criou-se uma planilha única com os dados da planilha *fullstats*[15]*,* a partir da qual, foi possível iniciar as análises.

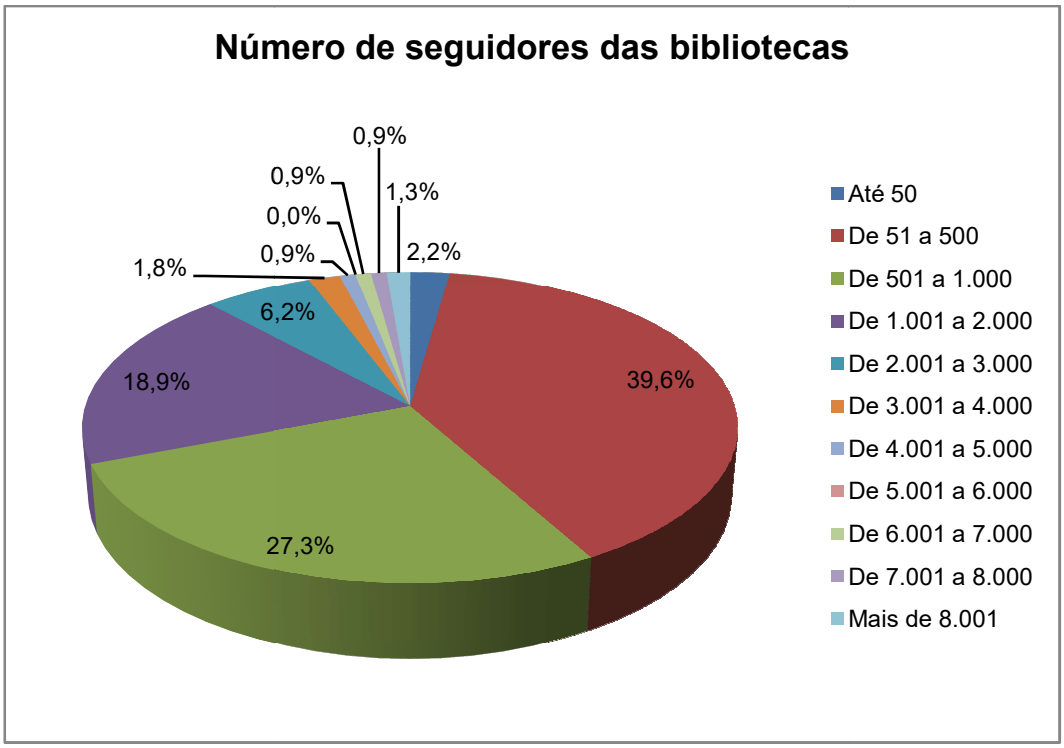
A primeira análise consistiu na verificação do quantitativo de seguidores das páginas das bibliotecas[16]. Foram obtidos os seguintes dados:

---

[15] O *Netvizz* disponibiliza um arquivo compactado em formato *tab* com três planilhas, sendo que uma abrange todas as publicações realizadas (*fullstats*), outra, os comentários, e a terceira apresenta os dados estatísticos segundo o período temporal buscado. Tendo em vista, o objetivo geral dessa pesquisa que visa identificar os usos do *Facebook* pelas bibliotecas das Universidades Federais Brasileiras em suas práticas comunicativas, decidiu-se usar os dados da planilha *fullstats*, por ser a planilha que apresenta tanto os conteúdos das mensagens, quanto as métricas das reações dos usuários.

[16] As informações sobre o número de seguidores foram retiradas das páginas das bibliotecas no *Facebook* no dia 09/04/2018.

Gráfico 2 – Quantidade de seguidores das páginas das bibliotecas



Fonte: elaborado pela autora (2018)

Ao analisar o gráfico percebe-se que 2,2% das bibliotecas possuem no máximo 50 seguidores, o que para uma página institucional de uma biblioteca universitária é extremamente pouco. Esse quantitativo não corresponde nem a duas turmas de um único curso, isso considerando uma turma de 30 alunos por exemplo. Faz parte desse percentual 5 bibliotecas: Biblioteca da Escola de Música da UFMG, Biblioteca do Instituto de Ciências Exatas e Tecnologia da Universidade Federal do Amazonas – UFAM, Biblioteca de Medicina da Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP, a Biblioteca de Pós-Graduação em Engenharia da UFC e a Biblioteca do Campus de Petrópolis da Universidade Federal Fluminense – UFF.

A Biblioteca da Escola de Música da UFMG e a Biblioteca do Instituto de Ciências Exatas e Tecnologia da Universidade da UFAM realizaram apenas 1 publicação no ano de 2017 e até o mês de abril de 2018 não haviam publicado nada. Diante disso pode-se afirmar que essas páginas estão desatualizadas, pois apesar delas estarem visível estão sem manutenção e isso pode ser uma das justificativas para o baixo número de seguidores.

A Biblioteca de Medicina da UFOP criou sua página em dezembro de 2017, dessa forma a página estava apenas um mês ativa o que justifica o baixo número de seguidores. A Biblioteca de Pós-Graduação em Engenharia da UFC e a Biblioteca do Campus de Petrópolis da UFF realizaram algumas publicações ao longo do ano de 2017 e continuam alimentando suas páginas em 2018, mas elas precisam avaliar sua atuação no *Facebook,* pois esse baixo número de seguidores demonstra que a página não está despertando o interesse dos usuários. Sendo necessário então que essas bibliotecas estabeleçam novas estratégias para atrair um número maior de usuários para suas páginas.

A maior parte das bibliotecas possui de 51 até 1000 seguidores, representando 66,9% do total de 227 bibliotecas. 18,9% têm entre 1001 e 2000 seguidores; 6,2% das bibliotecas possuem de 2001 a 3000 e 1,8% tem de 3001 a 4000 seguidores. Apenas 3 bibliotecas do universo da pesquisa apresentam números acima de 8001 seguidores: a Biblioteca Central da UnB (com 14.199 seguidores), a Biblioteca Central Prof. Dr. Clodoaldo Beckmann da UFPA (com 17.404 seguidores) e a Biblioteca da UFPR Litoral (com 38.252 seguidores).

É importante ressaltar que a página da Biblioteca da UFPR Litoral no quesito número de seguidores se destaca por apresentar um número bem acima das demais e a discrepância do total de seguidores dela para as outras leva inferir a existência de um diferencial nessa biblioteca que desperta o interesse dos usuários, o que justificaria o alto número de seguidores.

Ao verificar a localização das bibliotecas e o número de seguidores que elas possuem ficou evidente que as bibliotecas da região norte se destacaram, pois essa região foi à única que obteve o maior percentual na categoria de 501 a 1000 seguidores. Isso porque nas demais regiões os maiores percentuais ficaram na categoria de 51 a 500 seguidores. Essa descoberta demonstra que apesar das regiões Sul e Sudeste serem mais desenvolvidos e supostamente terem mais recursos e mais acesso as novas tecnologias de informação e comunicação, ao que tudo indica, no quesito números de seguidores das páginas das bibliotecas não existe uma disparidade quando comparado as demais regiões.

O quadro abaixo mostra a relação entre a quantidade de bibliotecas, a quantidade de seguidores que elas possuem e também a região brasileira a qual elas pertencem.

Quadro 8 – As regiões das bibliotecas e a quantidade de seguidores

Quantidade de seguidores	QUANTIDADE DE BIBLIOTECAS											
	Centro Oeste		Nordeste		Norte		Sul		Sudeste		Total de bibliotecas e a quantidade de seguidores	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Até 50	0	0,0%	1	1,8%	1	5,6%	0	0,0%	3	4,0%	5	2,2%
De 51 a 500	2	33,3%	29	50,9%	5	27,8%	31	43,7%	23	30,7%	90	39,6%
De 501 a 1.000	1	16,7%	14	24,6%	7	38,9%	18	25,4%	22	29,3%	62	27,3%
De 1.001 a 2.000	1	16,7%	9	15,8%	3	16,7%	14	19,7%	16	21,3%	43	18,9%
De 2.001 a 3.000	1	16,7%	0	0,0%	1	5,6%	5	7,0%	7	9,3%	14	6,2%
De 3.001 a 4.000	0	0,0%	2	3,5%	0	0,0%	0	0,0%	2	2,7%	4	1,8%
De 4.001 a 5.000	0	0,0%	1	1,8%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,3%	2	0,9%
De 5.001 a 6.000	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
De 6.001 a 7.000	0	0,0%	1	1,8%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,3%	2	0,9%
De 7.001 a 8.000	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	2,8%	0	0,0%	2	0,9%
Mais de 8.001	1	16,7%	0	0,0%	1	5,6%	1	1,4%	0	0,0%	3	1,3%
Total Geral de bibliotecas	**6**	**100%**	**57**	**100%**	**18**	**100%**	**71**	**100%**	**75**	**100%**	**227**	**100%**

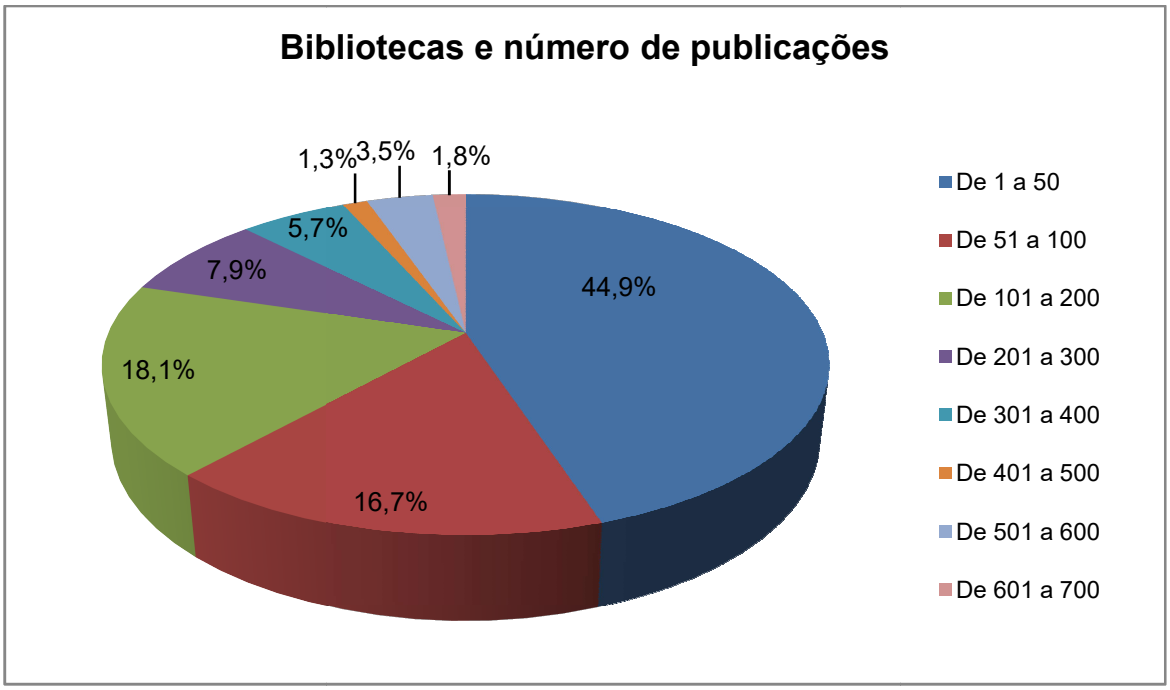
Fonte: elaborado pela autora (2018)

Deve-se ressaltar que avaliar uma página somente pelo número de seguidores que ela possui não é correto, pois existe um conjunto de métricas disponíveis que devem ser levadas em consideração, tais como o número de curtidas, as reações, os comentários, os compartilhamentos e etc. Mas vale lembrar que o número de seguidores está relacionado com a propagação das publicações,

ou seja, quanto mais seguidores uma página tem maior a chance de suas publicações serem vistas.

No que se refere a quantidade de publicações das bibliotecas da universidades federais brasileiras, identificou-se um total de 27.851 postagens realizadas ao logo do ano de 2017 distribuídas de acordo com o gráfico abaixo:

Gráfico 3 – Bibliotecas e o número de publicações



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Mais da metade das bibliotecas realizaram no máximo 100 publicações ao longo do ano de 2017. No entanto, o que chama atenção é que 44,9% (102 bibliotecas) realizaram no máximo 50 postagens, um número extremamente baixo para uma instituição que desenvolve suas atividades com base no calendário acadêmico. E esse tem a exigência de possuir no mínimo duzentos dias letivos (BRASIL, 1996). Considerando essa exigência e o percentual de 61,7% de bibliotecas que realizaram de 1 a 100 publicações no ano de 2017 pode-se afirmar que a maior parte das bibliotecas das universidades federais brasileiras possuem um baixo índice de postagens. Ao comparar o total de dias no ano 2017 com o esse número de postagens realizadas pelas bibliotecas, pode-se inferir que em vários dias do ano de 2017 as bibliotecas deixaram de publicar conteúdos em suas páginas no *Facebook.*

Além disso, dentre as 140 bibliotecas que publicaram de 1 a 50 e de 1 a 100 existe 27 bibliotecas (19,3%) que ainda não realizaram nenhuma publicação no ano de 2018[17], o que suscita questionamentos sobre a manutenção dessas páginas.

O percentual de 18,1% corresponde a 41 bibliotecas que realizaram de 101 a 200 publicações. 18 bibliotecas (7,9%) publicaram de 201 a 300 publicações, 13 bibliotecas (5,7%) realizaram de 301 a 400 postagens, sendo que com essa quantidade de postagens é possível inferir uma frequência quase que diária de publicações, deixando poucos dias do ano descobertos. 3 bibliotecas (1,3%) realizaram entre 401 a 500 postagens. 8 bibliotecas (3,5%) publicaram de 501 a 600 e 4 bibliotecas (1,8%) fizeram de 601 a 700 publicações. Dessa maneira, percebe-se que apenas 6,6% das bibliotecas publicou conteúdo diariamente, e em alguns casos, mais de uma vez por dia.

O Facebook contribui para ampliar os campos de trocas comunicacionais o que resulta em novas possibilidades de interação entre a biblioteca e seus usuários. Mas em contrapartida, uma página ativa no *Facebook* exige das bibliotecas uma presença constante para que as demandas dos usuários sejam atendidas rapidamente e para que de fato se estabeleça comunicação entre as partes. Ao analisar o número de publicações realizadas pelas bibliotecas universitárias pode-se se inferir que a maior parte delas (61,7%) não estão presentes diariamente nesse meio, o que leva a deduzir que elas não estão atendendo as demandas dos usuários e a comunicação entre os usuários não está ocorrendo de forma rápida.

Conforme apresentado pela pesquisa We are social (2018) os brasileiros estão presentes diariamente nas mídias sociais e gastam 3h39min por dia nelas, o que demonstra a importância e a necessidade das bibliotecas universitárias também estarem presentes diariamente nesse meio.

Se as bibliotecas não interagir com os usuários ou se esse ambiente for um espaço estático, similar ao ambiente da biblioteca tradicional os benefícios não serão percebidos e a visão da biblioteca 2.0 estará distante. Já que o conceito de biblioteca 2.0 não se resume simplesmente na adoção das mídias sociais e sim a uma mudança de atitude, que exige um novo modo de se relacionar, de interagir e comunicar com o usuário, de forma que o foco da biblioteca passa ser o usuário.

---

[17] Tais informações foram obtidas a partir das visitas realizadas nas páginas das bibliotecas que fazem parte dessas categorias no dia 06 de maio de 2018.

Além disso, a expansão das TICs e a evolução da *web* contribuíram para um aumento exponencial de informações na rede. A *web* 2.0 tornou possível a participação dos usuários nos processos de produção e transmissão de conteúdos o que desencadeou o excesso de conteúdos disponíveis, e consequentemente, a explosão informacional. Dessa forma, a internet promoveu o acesso imediato a uma quantidade gigantesca de informações científicas, culturais, artísticas e de lazer em tempo real e de forma direta pelo usuário (MARCONDES; GOMES, 1997). O que também refletiu no perfil dos usuários das bibliotecas. Eles agora estão acostumados a ter acesso a todo e qualquer tipo de informação por meio da internet o que exige das bibliotecas a produção constante de conteúdos e, mais do que isso, conteúdos que chamem a atenção.

Para identificar se essa prática de publicar pouco era uma realidade de bibliotecas pertencentes a uma mesma região elaborou-se o quadro abaixo:

Quadro 9 – Bibliotecas segundo as regiões brasileiras e a quantidade de publicação realizada

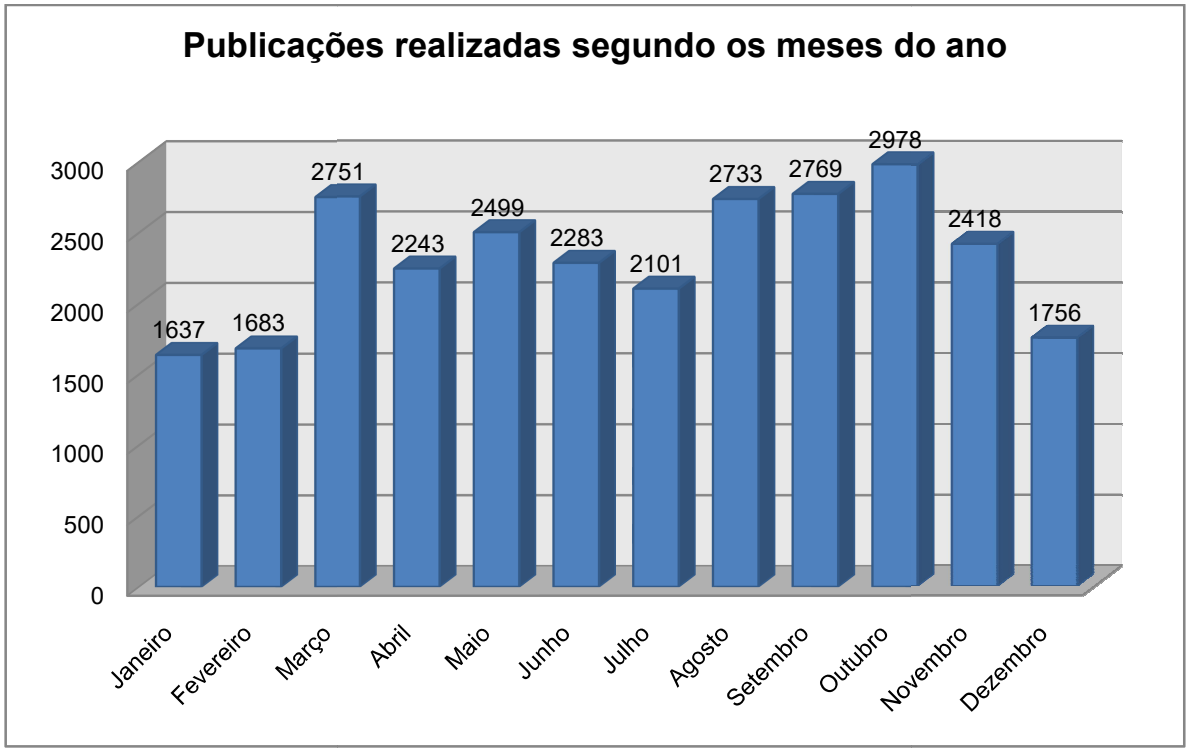
Quantidade de Publicações realizadas	QUANTIDADE DE BIBLIOTECAS											
	Centro Oeste		Nordeste		Norte		Sul		Sudeste		Total de bibliotecas	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
De 1 a 50	1	16,7%	36	63,2%	12	66,7%	34	47,9%	19	25,3%	102	44,9%
De 51 a 100	2	33,3%	6	10,5%	2	11,1%	14	19,7%	14	18,7%	38	16,7%
De 101 a 200	2	33,3%	8	14,0%	3	16,7%	11	15,5%	17	22,7%	41	18,1%
De 201 a 300	1	16,7%	3	5,3%	-	-	5	7,0%	9	12,0%	18	7,9%
De 301 a 400	-	-	3	5,3%	1	5,6%	3	4,2%	6	8,0%	13	5,7%
De 401 a 500	-	-	-	-	-	-	1	1,4%	2	2,7%	3	1,3%
De 501 a 600	-	-	1	1,8%	-	-	2	2,8%	5	6,7%	8	3,5%
De 601 a 700	-	-	-	-	-	-	1	1,4%	3	4,0%	4	1,8%
Total Geral	**6**	**100%**	**57**	**100%**	**18**	**100%**	**71**	**100%**	**75**	**100%**	**227**	**100%**

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Os dados demonstraram que as bibliotecas que realizaram de 1 a 50 publicações estão presentes em todas as regiões brasileiras o que demonstra não ser uma atitude isolada ou que ocorra em uma região específica e sim uma prática presente na realidade das bibliotecas.

Além de identificar a quantidade de publicações realizadas pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras verificou-se em quais os meses e dias da semana elas mais publicaram. Os dois gráficos abaixo mostram essas relações.

Gráfico 4 – Publicações realizadas segundo os meses do ano



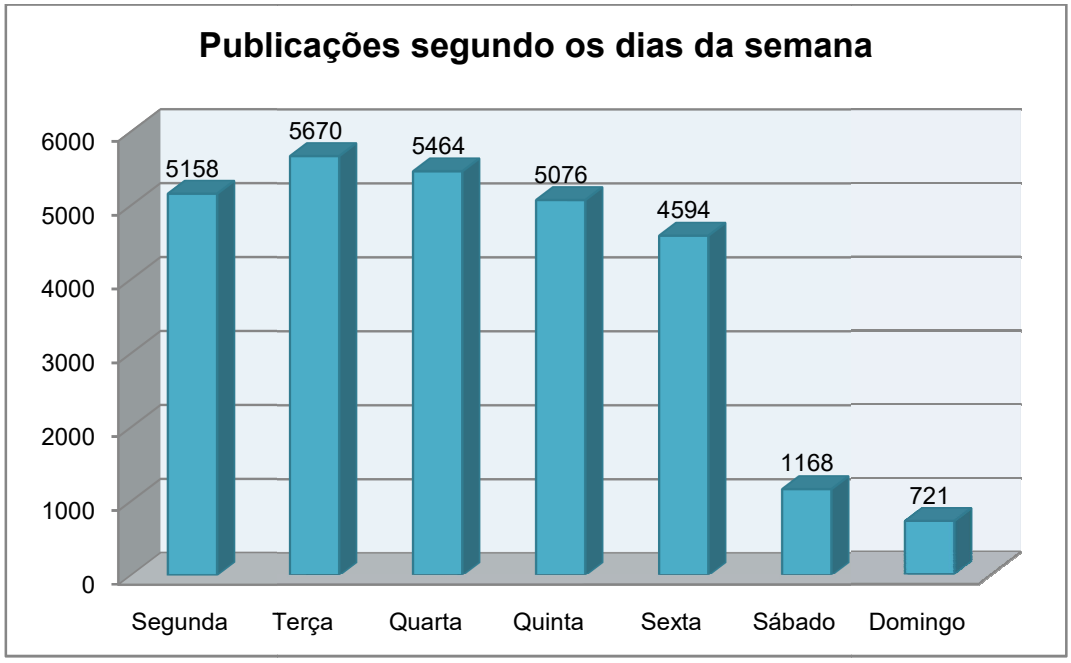
Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Os meses em que as bibliotecas mais publicaram foram: março, agosto, setembro e outubro e o mês com o menor número de publicações foi janeiro. Deve-se destacar que nas universidades Federais, normalmente, os semestres letivos se iniciam em março, cessam em julho e iniciam novamente em agosto ou início de setembro e finalizam em dezembro. Dessa forma a realização dessas publicações pode estar relacionada aos períodos do calendário acadêmico. Essa hipótese fica mais evidente, principalmente, ao observar o número de publicações dos meses de dezembro, janeiro e fevereiro e associá-los ao fato desse período ser a época das férias acadêmicas.

No que se refere às publicações e os dias da semana em que foram realizadas, pode-se afirmar que existe um equilíbrio na distribuição de postagens segundo os dias da semana, com uma preferência pela terça-feira e uma menor

incidência aos finais de semana o que pode estar associado ao não funcionamento dessas instituições nesses dias.

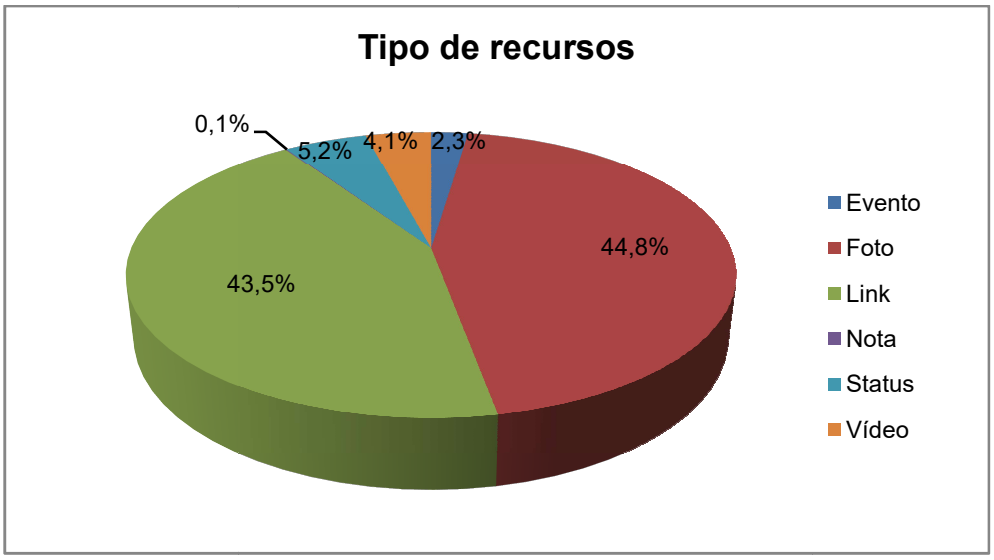
Gráfico 5 – Publicações segundo os dias da semana



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

O *Facebook* permite a utilização de vários recursos para interagir com os usuários da página, tais como compartilhamento de link, publicação de fotos (imagens), vídeos, *status* (elemento puramente textual), elaboração de notas, criação de eventos e etc. Tendo em vista esses recursos buscou-se identificar quais deles estão sendo usados pelas bibliotecas e no gráfico abaixo são apresentados os resultados obtidos.

Gráfico 6 – Tipo de recursos utilizados

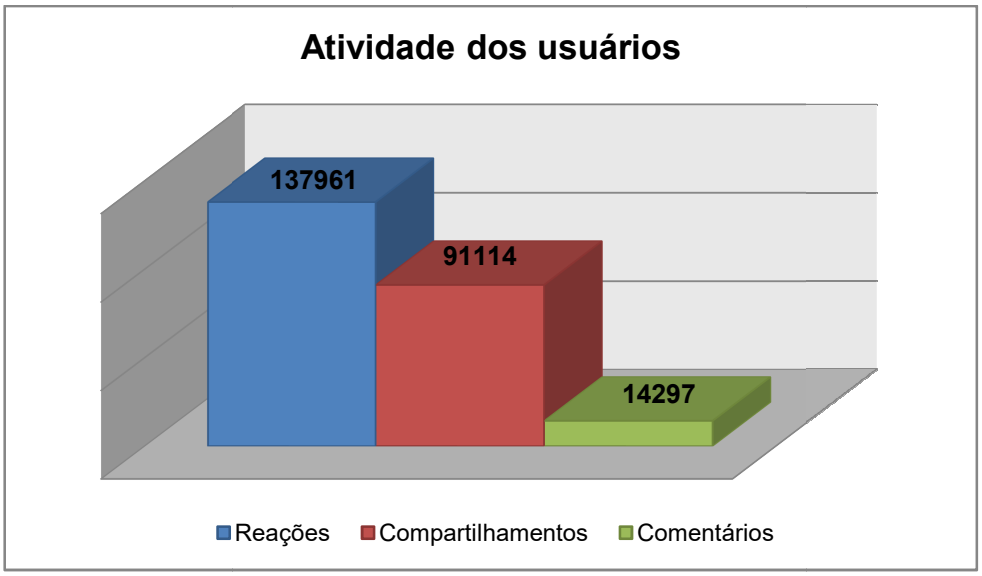


Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Quanto aos recursos percebe-se uma predominância na realização de publicações com imagens (44,8%), seguido de *links* (43,5%). Publicações de status, de vídeos e criação de eventos são menos frequentes. E o recurso notas foi o menos utilizado com apenas 0,1% do total de publicações, sendo esse recurso usado por apenas 17 bibliotecas.

Para chegar a resposta de como as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook* em suas práticas comunicativas foi necessário verificar, além da atuação delas em suas páginas no *Facebook,* o engajamento dos usuários em torno dessas páginas. De acordo com Araujo (2018) o engajamento é o indicador que mede o quanto o conteúdo gerado obtém de entrosamento e interação do público e com o público. Pode ser visto como uma audiência uma vez que indica uma 'reação' do usuário frente ao conteúdo. Segundo Maia (2016) o engajamento no *Facebook* são as ações realizadas pelos usuários frente às postagens e compreendem em compartilhar, reagir, curtir e comentar. Por isso nos gráficos abaixo são apresentados os dados que demonstram as atividades dos usuários em torno das páginas das bibliotecas no *Facebook.*

Gráfico 7 – Atividade dos usuários frente às publicações



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Com base nos dados do gráfico acima, que apresenta às atividades exercidas pelos usuários nas páginas das bibliotecas, é possível perceber que a maior parte deles utilizam mais o recurso de reações como forma de engajamento com o conteúdo. O recurso comentário é o menos utilizado e isso possibilita inferir que os usuários estão dispostos a se engajar com os conteúdos de forma rápida, pois dentre os recursos disponíveis o comentário é o que exige um pouco mais de tempo. Além disso, identificou-se que os usuários se engajaram com o conteúdo de 68,6% das publicações, sendo que em apenas 31,4% das publicações (8.745) não receberam nenhum comentário, nenhum tipo de reação e também não foram compartilhadas.

No contexto das mídias sociais os usuários deixam de ser apenas consumidores e receptores de conteúdos, para tornarem-se também produtores. O que da a eles a liberdade de expressarem suas opiniões e demandas sobre as bibliotecas universitárias, sobre a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, sobre o atendimento recebido, entre outros.

Esse engajamento dos usuários em torno das publicações comprova o que a literatura apresenta. O perfil dos usuários da biblioteca universitária está realmente mudando. Eles estão de fato incorporando as TICs à sua realidade. O que exige das bibliotecas a disposição de estar em constante evolução também, pois não basta

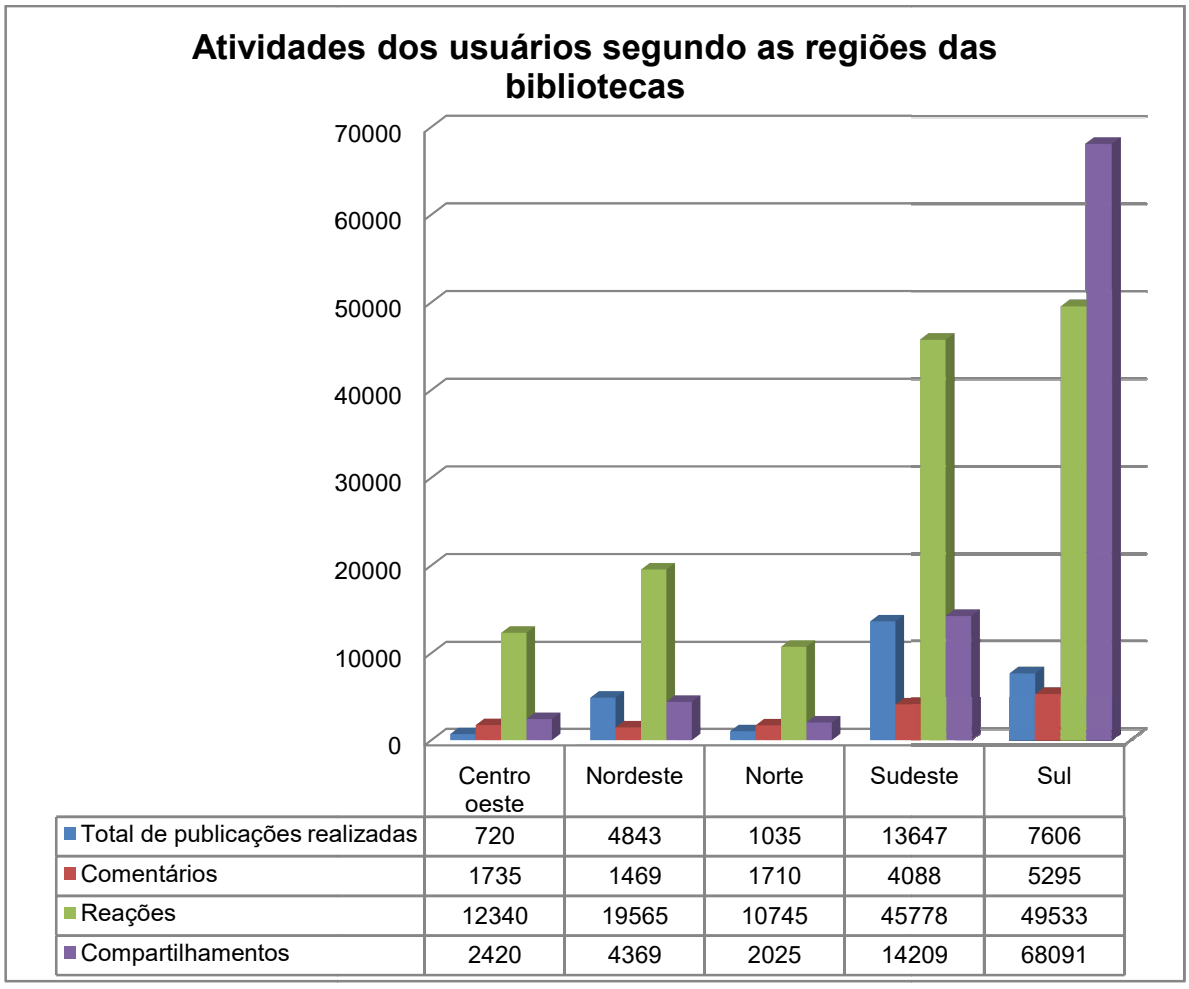
apenas ter uma página no *Facebook* é preciso estar presente, aceitando as críticas e as sugestões e atendendo as demandas dos usuários que surgem nesse novo meio de comunicação.

Se as bibliotecas universitárias tiverem esse entendimento sobre o uso do *Facebook* elas estarão compreendendo-o enquanto um campo de trocas comunicativas e não apenas como um meio técnico utilizado para transmissão de informação, ou seja, enquanto um espaço de interação entre as bibliotecas e os usuários. Assim as práticas comunicativas das bibliotecas universitárias estarão em conformidade com a concepção de que os usuários são indivíduos ativos no processo comunicacional e não mais meros receptores de informação.

O *Facebook* possibilita maior participação e a interação dos usuários. Se essa troca não acontecer o seu uso ocorrerá de forma incompleta e os benefícios ofertados por essa mídia social, provavelmente, não serão alcançados pelas bibliotecas.

No intuito de verificar o engajamento dos usuários segundo as regiões brasileiras frente às publicações das bibliotecas universitárias no gráfico abaixo é apresentado à comparação entre o número de publicações realizadas, o número de engajamentos e a localização das bibliotecas pesquisadas.

Gráfico 8 – Atividade dos usuários segundo as regiões das bibliotecas



	Centro oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul
Total de publicações realizadas	720	4843	1035	13647	7606
Comentários	1735	1469	1710	4088	5295
Reações	12340	19565	10745	45778	49533
Compartilhamentos	2420	4369	2025	14209	68091

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

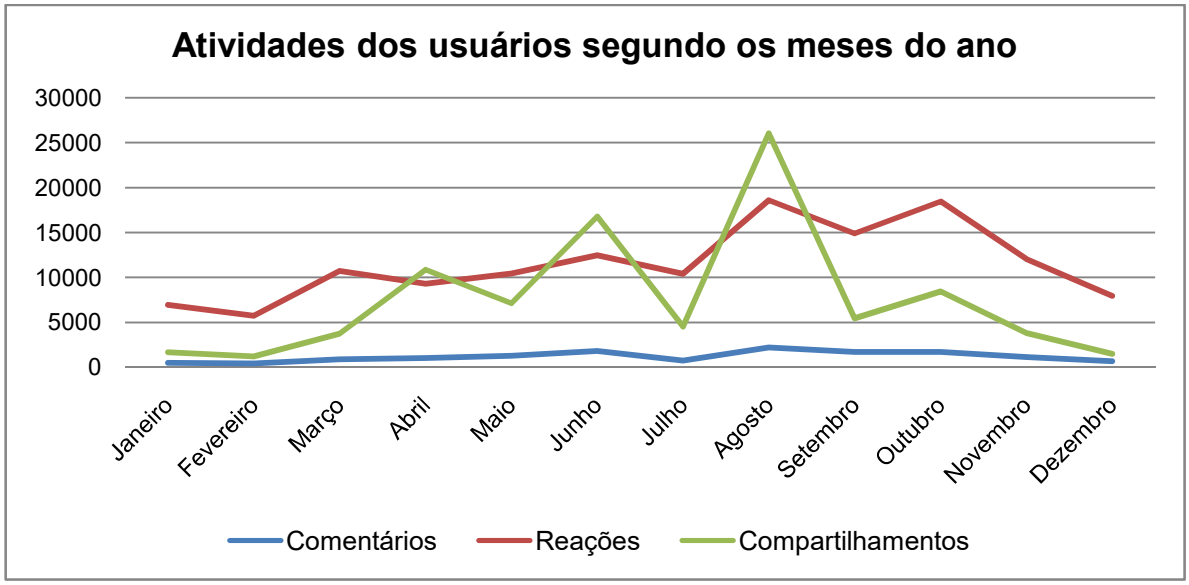
Percebe-se que apesar das bibliotecas da região sudeste terem realizado mais publicações, foram às bibliotecas da região sul que obtiveram os melhores índices de engajamento dos usuários. No entanto, é importante ressaltar que é na região sul que está localizada a Biblioteca da UFPR Litoral que possuí o maior número de seguidores (38.252) dentre todas as bibliotecas das universidades federais brasileiras, circunstância que pode estar diretamente relacionada a esses índices de engajamento.

Pode-se verificar também que os usuários de todas as regiões se engajaram com as publicações. Isso demonstra que o interesse dos usuários em manifestar suas opiniões sobre o conteúdo postado pelas bibliotecas universitárias é uma realidade presente em indivíduos de diferentes regiões brasileiras. Além disso, é

importante destacar que em todas as regiões o engajamento dos usuários foi superior ao número total de publicações realizadas pelas bibliotecas.

Ainda falando sobre as atividades dos usuários nas páginas das bibliotecas, pode-se observar no gráfico 9 que os meses que tiveram mais engajamento dos usuários foram junho, agosto e outubro. Ao comparar os resultados do gráfico 9 com o gráfico 4, que fala sobre os meses em que as bibliotecas realizaram suas publicações, pode se verificar uma correlação entre o período em que as bibliotecas mais publicaram com os índices de engajamento.

Gráfico 9 – Atividades dos usuários segundo os meses do ano

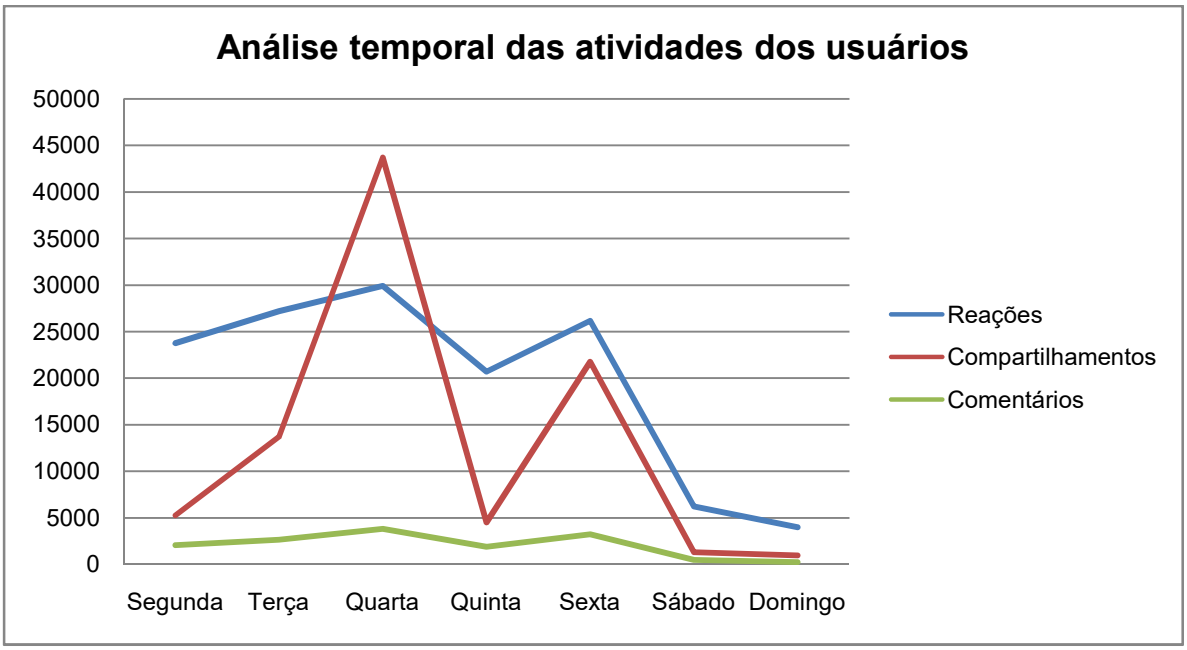


Fonte: Elaborado pela autora (2018)

As bibliotecas publicaram mais nos meses de março, agosto, setembro e outubro e ao observar o gráfico acima os maiores índices de engajamento ocorreram nos meses de junho, agosto, setembro e outubro. Dessa forma, pode-se se observar que em três meses do ano de 2017 em que as bibliotecas mais publicaram houve também um número maior de engajamento.

Ao fazer uma análise temporal das atividades dos usuários segundo os dias da semana verificou-se que o índice de maior engajamento deles nas páginas das bibliotecas ocorreu, principalmente, durante as quartas-feiras, como pode ser observado no gráfico abaixo.

Gráfico 10 – Análise temporal das atividades dos usuários

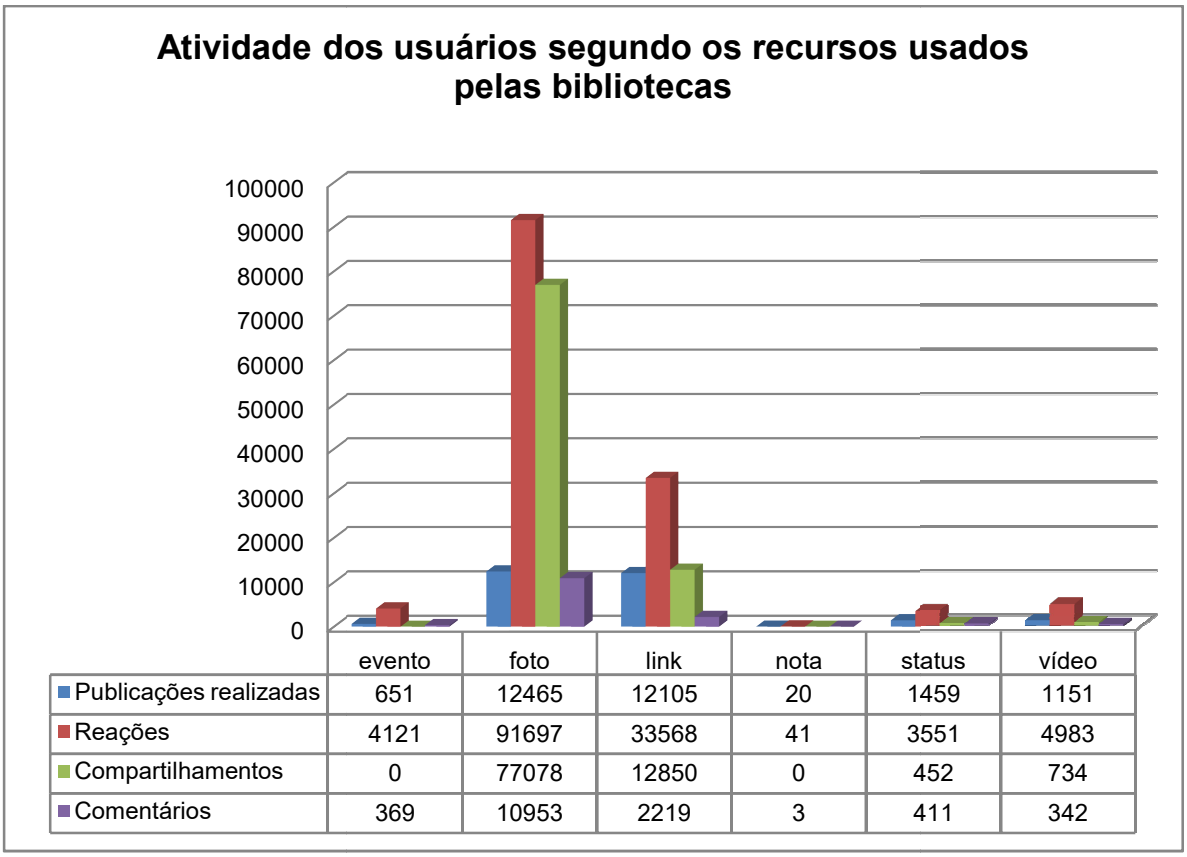


Fonte: Elaborado pela autora (2018)

O interessante é que ao comparar esses dados com os dados de publicação das bibliotecas segundo os meses do ano (gráfico 5), pode-se verificar uma correlação na participação dos usuários nas páginas logo após a postagem de novos conteúdos. Isso porque as bibliotecas realizaram publicações, principalmente, nas terças-feiras e os maiores índices de engajamento dos usuários ocorreram nas quartas-feiras, apenas um dia depois das bibliotecas publicarem conteúdos. Outro dado que chama a atenção é o baixo índice de interação dos usuários durante o final de semana. Esse índice vai ao encontro dos dados de publicação das bibliotecas, que também tiveram suas atividades reduzidas nesses dias.

Realizou-se também uma comparação entre os tipos de recursos utilizados pelas bibliotecas (dados apresentados no gráfico 6) e o engajamento dos usuários. Confira os resultados no gráfico abaixo.

Gráfico 11 – Atividade dos usuários segundo os recursos usados pelas bibliotecas



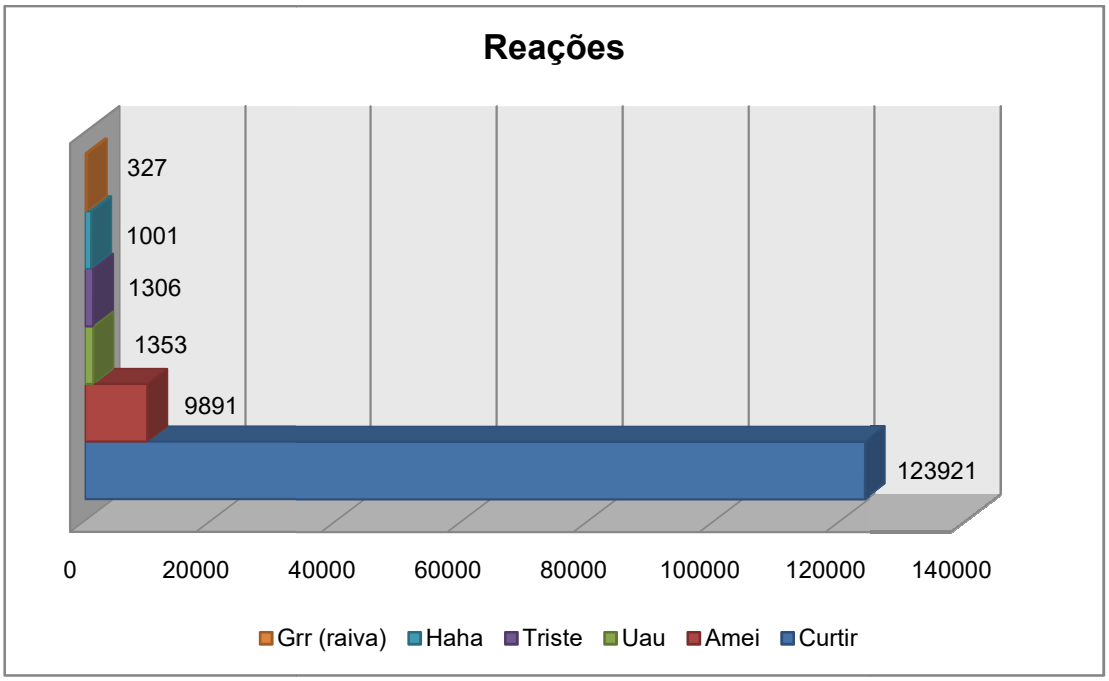
	evento	foto	link	nota	status	vídeo
Publicações realizadas	651	12465	12105	20	1459	1151
Reações	4121	91697	33568	41	3551	4983
Compartilhamentos	0	77078	12850	0	452	734
Comentários	369	10953	2219	3	411	342

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Observou-se que as imagens além de serem os recursos mais utilizados pelas bibliotecas são também as que mais garantiram o envolvimento dos usuários. Diante da abundância informacional os usuários estão a cada dia mais realizando leituras superficiais e rápidas, o tempo se tornou escasso. Por isso as bibliotecas precisam publicar conteúdos sucintos as imagens se constituem em recursos que falam por si.

Tendo em vista que o engajamento dos usuários ocorre, principalmente, por meio das reações buscou-se identificar se essas reações retratavam ações positivas ou negativas já que as reações são o reflexo dos sentimentos dos usuários ao conteúdo postado. No *Facebook* elas são expressas através de seis botões disponíveis nas publicações: Curtir, Amei, Haha (rir), Uau (surpreender), Triste e Grr (raiva) (*FACEBOOK*, 2018). No gráfico abaixo é apresentado o número total de cada uma dessas reações.

Gráfico 12 – Reações



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Com base nos dados pode-se verificar que as reações realizadas pelos usuários são mais positivas do que negativas, isso porque as expressões raiva e tristeza que representam descontentamento ao conteúdo postado representam apenas 1,2% do total de reações. Em contrapartida as expressões que representam claramente a satisfação dos usuários (botões curtir e amei) correspondem a 97% das reações.

Após analisar alguns aspectos que demonstram como as bibliotecas usam o *Facebook*, iniciou-se a fase de análise conteúdo das publicações no intuito de identificar para quais finalidades as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook*.

6.3.1 Análise do conteúdo: resultados e interpretações

Com base no número total de publicações realizadas pelas bibliotecas (27.851) foi possível fazer o cálculo amostral e definir quantas publicações deveriam ser analisadas. Utilizou-se a fórmula:

$$n = \frac{Z^2 . p . (1 - p)}{e^2}$$

Sendo que:

***n*=** tamanho da amostra (valor que deseja descobrir)
***Z*=** nível de confiança (1,96 número referente ao nível de confiança escolhido, nesse caso foi de 95%, transformado em decimal e retirado da tabela Z)
***p*=** verdadeira proporção (0,5)
***e*=** erro amostral aceito (0,02)

Calculando:

$$n = \frac{1{,}96^2 . 0{,}5 . (1 - 0{,}5)}{0{,}02^2}$$

$$n = 2.401$$

O tamanho calculado sem ajuste é de 2.401. Com esse número, pôde-se fazer o cálculo de ajuste para universos finitos, já que a quantidade de total de publicações é inferior a 100.000.

$$n = \frac{n0 . N}{n0 + (N - 1)}$$

Sendo que:

n= tamanho ajustado da amostra (valor que deseja descobrir)
n0= tamanho calculado sem ajuste (2.401)
N= quantidade de publicações realizadas pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras (27.851)

Calculando:

$$n=\frac{2401.27851}{2401+(27851-1)}$$

$$n=2.210,51$$

O resultado do cálculo mostrou que seria necessário analisar 2.210 publicações. Em posse desse número o passo seguinte foi selecionar os elementos de forma aleatória e sem repetição. Para isso foi utilizado o *Virtual Basic for Applications* - VBA do *Excel* para gerar uma lista de números.

Após identificar os elementos que comporiam a amostra foi criada uma planilha para agrupar esses elementos. A partir disso deu-se início a análise de conteúdo das publicações. A primeira etapa realizada foi a pré-análise, na qual realizou-se uma leitura simples e sem muitas pretensões para conhecer o corpus pesquisado.

A segunda etapa consistiu na exploração do material, sendo realizada a leitura exaustiva e o recorte do material em unidades de registro. Essa leitura buscou identificar o tema das publicações e com isso criar palavras-chaves que representassem o assunto de cada publicação, definindo assim os temas. Foram identificados os seguintes temas presentes nas publicações:

Quadro 10 – Temas das publicações

	Temas	Exemplos de publicações realizadas pelas bibliotecas
1	Evento promovido pela biblioteca	A Programação da Semana Nacional do Livro e da Biblioteca já está disponível! São palestras exposições oficina... O link das inscrições está aqui: https://goo.gl/JY5PaX
2	Evento na universidade	Acontecerá no dia 18 de outubro o VIII SAPIS - Seminário Brasileiro sobre Áreas Naturais Protegidas e Inclusão Social / III ELAPIS - Encontro Latino-Americano sobre Áreas Naturais Protegidas e Inclusão Social na Faculdade de Direito UFF. Para mais informações acesse: VIII Sapis III elapis. (Y) SAPIS 2017. #Evento #FaculdadedeDireito #UFF Fique por dentro dos eventos na Faculdade de Direito UFF (Y) *Facebook*.com/bibliotecadireitouff.
3	Evento de outras instituições	Confira na programação do CCBB Rio de Janeiro!! --> 55º Festival Villa-Lobos de 02 a 05/11 --> Mostra de Cinema Norueguês de 02 a 19/11 #DicaBCG #Programação #CCBBRJ
4	Funcionamento da biblioteca	Amanhã Dia do Ato de Criação da Universidade Federal do Pampa não estaremos abertos conforme Portaria Nº 1585 de 11 de novembro de 2016. Quinta e sexta-feira

	Temas	Exemplos de publicações realizadas pelas bibliotecas
		estaremos atendendo normalmente das 8hs as 14hs.
5	Empréstimo	De 27/03/2017 à 08/05/2017!!! Empréstimo de férias
6	Devolução	Fique Atento, para não perder o prazo de entrega dos livros!
7	Renovação	Essa muita gente já sabe mas não custa nada lembrar. Até porque quando se está envolvido em algum trabalho acadêmico a gente esquece mesmo de muita coisa. Então já sabe: vai vencer o seu prazo de empréstimo de obras em alguma de nossas bibliotecas? Renova pela internet sem sair de casa! Também vale lembrar: alunos de graduação pós-graduação e extensão pesquisadores e servidores técnico-administrativos têm direito ao empréstimo de até 16 exemplares por vez com prazo de devolução de 25 dias. Para os professores vale a mesma quantidade de materiais com 30 dias de empréstimo. Ah e não havendo reserva os empréstimos poderão ser renovados até o limite de 10 vezes.
8	Reserva	A reserva é possível quando todos os exemplares estão emprestados (não é possível fazer reservas para livros disponíveis para consulta) e quando o usuário está com sua situação regular na biblioteca.
9	Software da biblioteca	Atualização do sistema Pergamum amanhã dia 17/08/2017.
10	Cadastro de usuários	A inscrição na #bc_ccs é providência preliminar e obrigatória para que o usuário possa utilizar os serviços da Biblioteca sendo permitida apenas ao corpo docente discente funcionários bolsistas estagiários alunos residentes da UFRJ alunos de Pós-Doc e alunos do CEDERJ. #AconteceNaBC_CCS A inscrição será renovada semestralmente e não poderá ser realizada se o usuário estiver em débito com a Biblioteca. Para mais informações: https://goo.gl/HCcQvE
11	Normas de uso da biblioteca	Conheça o regulamento da biblioteca: <https://goo.gl/VioQjB> #falebaixonabiblioteca#estudos #dicadeboaconduta
12	Visita orientada na biblioteca	Hoje a Biblioteca Central recepcionou os calouros 2017 com Visitas Orientadas de hora em hora apresentando seus produtos e serviços mostrando o prédio aos novos alunos e ensinando como por exemplo como encontrar um livro no acervo. E depois da visita os nossos calouros puderam degustar um chá com pipoca em frente à Biblioteca Central! #BemVindos #Calouros #VisitasOrientadasDeHoraEmHora #Livro #Pipoca #Chá #souUFMS
13	Informa os usuários sobre o funcionamento dos produtos e serviços da biblioteca	Informamos que estamos sem energia elétrica no campus do Vale. Por esse motivo não estamos realizando empréstimo. São realizadas devoluções com comprovante manual. Previsão de retorno às 12h. Equipe BIBCSH.
14	Ações de preservação do acervo	No site da Biblioteca Universitária você encontra algumas orientações de como contribuir para conservação do acervo das Bibliotecas. Usar marcadores de páginas apropriados é uma delas.

	Temas	Exemplos de publicações realizadas pelas bibliotecas
		Acesse: http://www.biblioteca.ufc.br/images/arquivos/normativos/orientacao_cuidados_livros.pdf Imagem retirada do Instagram: Clube do Livro - Maceió (https://www.instagram.com/clube.do.livro_/?hl=pt-br)
15	Acervo	Confira as novas aquisições de livros disponíveis para empréstimo em 21/12//2017. Para cada título existe um link associado para a informação completa de cada obra no SABi. https://goo.gl/c9L0nG
16	Base de dados	As Bases de dados Evolution Minha biblioteca e Biblioteca virtual Pearson estão disponíveis para acesso aos estudantes professores e servidores da UFF. Maiores informações disponíveis através do link: http://www.bibliotecas.uff.br/bfv/content/bases-de-dados-de-livros-eletr%C3%B4nicos-evolution-minha-biblioteca-biblioteca-virtual-pearson
17	Portal de Periódicos da Capes	Olá Usários Já pesquisam no Portal de Periódicos CAPES? Usuários da Biblioteca do CSHNB tem acesso completo as bases de dados mais importantes do mundo. Segue link: http://www-periodicos-capes-gov-br.ez17.periodicos.capes.gov.br/?option=com_pnews&component=NewsShow&view=pnewsnewsshow&cid=531&mn=71
18	Repositório institucional	Ooooooohhh REI!!! □□□□.... Sim temos o REI - Repositório Eletrônico Institucional. Lá você encontra TCCs dos cursos de graduação da UFPB. Já estão disponíveis arquivos na íntegra dos seguintes cursos de graduação do CCSA: ARQUIVOLOGIA ADMINISTRAÇÃO RELAÇÕES INTERNACIONAIS E GESTÃO PÚBLICA. Confira visita a página do REI através do link abaixo. http://rei2.biblioteca.ufpb.br/jspui/
19	Normas ABNT	Hoje daremos sequência aos exemplos de citação! □ Conforme item 5.5 da norma da ABNT NBR NBR 10520:2002 quando se tratar de dados obtidos por informação verbal (palestras debates comunicações etc.) indicar entre parênteses a expressão informação verbal mencionando-se os dados disponíveis em nota de rodapé. Escreva suas dúvidas para nós □ #bibliotecadeartufrn #bibliotecadeart #bsdeart #deart #ufrn #dica #abnt #pesquisa #projeto #dicasdemetodologiacientifica #metodologiacientifica #dicaabnt #ufrn #10520 #citacoesemdocumentos □□
20	Dicas e orientação para redação, apresentação e normalização de trabalhos acadêmicos	#DicaPesquisa 9 Segundo a ABNT "o resumo deve ressaltar o objetivo o método os resultados e as conclusões do documento e "deve ser composto de uma sequência de frases concisas afirmativas e não de enumeração de tópicos". Indica-se ainda que os resumos de teses e dissertações devem ter de 150 a 500 palavras os de artigos de 100 a 250. O resumo deve explicitar os objetivos a metodologia os resultados e conclusões. Fonte: http://veramenezes.blogspot.com.br/2017/01/resumo.html
21	Estágios, processo seletivo da	Resultado da Seleção de Bolsista da biblioteca (Turno

	Temas	Exemplos de publicações realizadas pelas bibliotecas
	biblioteca	da manhã)
22	Estágios, concursos, processo seletivo para vaga de emprego da universidade	#Dicadodia #ProfessorSubstituto UFCG seleciona professor substituto em Patos Vaga é para o curso de Ciências Biológicas. Inscrições vão de 7 a 19 de junho
23	Estágios, concursos, vaga de emprego de outras instituições	ESTÁGIO em DIREITO para Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Inscrições e mais informações: https://goo.gl/keeXtb. Marque seus amigos! ;) -- Fique por dentro das novidades (Y) *Facebook*.com/bibliotecadireitouff. #Estágio #Direito
24	Projetos e ações culturais da biblioteca	Opa pessoal! Participem da campanha da 7ª edição do Bibliosolidário um projeto importante para o incentivo da prática da leitura com crianças e adolescentes. Aqui na BS CCSA temos um ponto de coleta deste material. Colaborem! ;) □□□
25	Projetos, campanhas e ações culturais da universidade	Conheça o projeto UFRJ doa uma aula em que docentes da UFRJ oferecem aos alunos de escolas públicas de Ensino Fundamental e Médio palestra aula prática ou mesmo debate em temas de interesse da comunidade escolar.
26	Informações da universidade	Escola Técnica de Saúde da Universidade Federal da Paraíba (ETS/UFPB) realiza processo seletivo simplificado 2017.1 para cursos técnicos da instituição.
27	Cursos, oficinas e treinamentos oferecidos pela biblioteca	Disseminação da Informação Informamos que a segunda edição do Curso de Nivelamento PCNA acontecerá no período de 11/09/2017 à 29/09/2017 em tempo INTEGRAL. As vagas são destinadas APENAS PARA ALUNOS DO ITEC e são limitadas. Mais informações acesse: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSefE-4hY9qgD9dZFdLY4FhUkH_ZMVEkDyhev7CNCuZtzPLeuQ/viewform Participe!!!
28	Cursos, oficinas e treinamentos oferecidos pela universidade	Abertos seis cursos na área de saúde incluindo um sobre zika dengue e chikungunya http://www.ufc.br/noticias/noticias-de-2017/9630-abertos-seis-cursos-na-area-de-saude-incluindo-um-sobre-zika-dengue-e-chikungunya
29	Cursos, oficinas e treinamentos oferecidos por outras instituições	A artista visual Waléria Américo ministra até dia 13/04 o curso Ações imagens e outras conversas .
30	Notas de falecimento de servidores da universidade	Nota de falecimento É com grande pesar que informamos o falecimento da ex-servidora da UFSM Simone Costa da Silva ocorrido em Rio Grande.
31	Realização de campanhas	Atenção galera! Esta acabando a campanha! Até o dia 29 estaremos recebendo doações em troca da quitação da multa. Biblioteca Unipampa - Dom Pedrito
32	Datas comemorativas	O Dia Nacional da Leitura é comemorado hoje □. A leitura é essencial para a formação do senso crítico estimulando a criatividade imaginação e vocabulário dos leitores.
33	Fotos da biblioteca e de sua equipe	Fotos do espaço da biblioteca, de pessoas realizado atividades nesses espaços e foto da equipe e das pessoas que compõe a equipe.
34	Achados e perdidos na biblioteca	Foto dos achados e perdidos é publicada

	Temas	Exemplos de publicações realizadas pelas bibliotecas
35	Informações científicas	O Doutorado pode danificar seriamente a saúde mental: um em cada três alunos corre o risco De acordo com um estudo publicado pela revista Policy Research e liderado pela Universidade de Ghent (Bélgica) a saúde mental de 32% deste grupo está comprometida duas vezes do que outros grupos.
36	Informações gerais	Animação Brasileira Sobre Criança Refugiada É A Grande Vencedora Em Cannes.
37	Informações relacionadas ao universo das bibliotecas	Curiosidades sobre livros http://livrarianobel.com.br/index.php/15-curiosidades-que-voce-nao-sabia-sobre-o-mundo-dos-livros/

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Esses temas representam as categorias inicias e resultaram da exploração do material. A partir dessas categorias deu-se início a criação das categorias finais, isso porque para chegar às categorias finais foi realizado o agrupamento dos temas segundo as similitudes de assuntos em temas maiores, o que resultou em categorias. Todo o processo de criação de categorias foi realizado de acordo com o método de análise de conteúdo proposto por Bardin (2011). Foram observadas também as cinco regras descritas por Carlomagno e Rocha (2016), que consistiu na criação de regras claras de inclusão e exclusão nas categorias, a homogeneidade, a exaustividade e a confiabilidade. Diante disso foram criadas 8 categorias:

1. Evento.
2. Produtos e serviços da biblioteca.
3. Questões administrativas da biblioteca.
4. Projetos e campanhas da biblioteca.
5. Notícias e informações da universidade.
6. Divulgação científica.
7. Promoção da biblioteca.
8. Informações diversas.

Com as categorias finais definidas foi realizado o agrupamento das unidades de registro, nesse caso os temas, nas categorias. Esse processo apresentado nos quadros abaixo.

Quadro 11 – Categoria evento

Categoria: Evento	
Descrição: Essa categoria compreende todos os eventos realizados pelas bibliotecas, pela universidade na qual elas estão inseridas, e também eventos de outras instituições.	
As palavras chaves encontradas que representam essa categoria são	**Temas**
Congresso, workshop, seminário, simpósio, conferência, mesa redonda, encontro, semana de, show, palestra, tarde de autógrafos, lançamento de livros, aula inaugural, concerto de piano, inauguração de espaços, feira, mostra, exposição, apresentação cultural.	1. Evento promovido pela biblioteca
	2. Evento na universidade
	3. Evento de outras instituições

Fonte: elaborado pela autora (2018)

Quadro 12 – Categoria produtos e serviços da biblioteca

Categoria: Produtos e serviços da biblioteca	
Descrição: Essa categoria engloba todos os assuntos relacionados aos produtos e serviços **oferecidos**. Ou seja, informa os usuários sobre os produtos e serviços disponíveis, ensina como usá-los e menciona sobre o funcionamento deles.	
As palavras chaves encontradas que representam essa categoria são	**Temas**
Empréstimo, empréstimo de férias, devolução, renovação, reserva, catálogo *online*, software de gerenciamento da biblioteca, cadastro de usuários, visita guiada ou orientada, novas aquisições, compras recebidas, livros novos, livros mais lidos, periódicos da capes, base de dados, normas ABNT, normalização de trabalhos acadêmicos, repositório institucional, dicas de redação e apresentação de trabalhos acadêmicos, achados e perdidos, carteirinhas da biblioteca.	5. Empréstimo
	6. Devolução
	7. Renovação
	8. Reserva
	9. Software da biblioteca
	10. Cadastro de usuários
	12. Visita orientada na biblioteca
	13. Informa os usuários sobre o funcionamento dos produtos e serviços da biblioteca
	15. Acervo
	16. Base de dados
	17. Portal de Periódicos da Capes
	18. Repositório institucional
	19. Normas ABNT
	20. Dicas e orientação para redação, apresentação e normalização de trabalhos acadêmicos

	27. Cursos, oficinas e treinamentos oferecidos pela biblioteca
	34. Achados e perdidos na biblioteca

Fonte: elaborado pela autora (2018)

Quadro 13 – Categoria: Questões administrativas da biblioteca

Categoria: Questões administrativas da biblioteca	
Descrição: Essa categoria é composta por assuntos que envolvem o funcionamento da biblioteca e sobre as normas de uso da mesma.	
As palavras chaves encontradas que representam essa categoria são	**Temas**
Horário de funcionamento, atendimento, paralisação das atividades, horário diferenciado, recesso, férias, feriado, ponto facultativo, fechada, funcionando. Regulamento da biblioteca, normas de uso do espaço. Estágios, bolsista, processo seletivo para atuar na biblioteca.	4. Funcionamento da biblioteca
	11. Normas de uso da biblioteca
	21. Estágios, processo seletivo da biblioteca

Fonte: elaborado pela autora (2018)

Quadro 14 – Categoria: Projetos e campanhas da biblioteca

Categoria: Projetos e campanhas da biblioteca	
Descrição: essa **categoria** compreende os projetos de incentivo a leitura, de ações culturais, campanhas de conscientização da preservação do acervo, campanhas contra o suicido, campanhas que envolvem a doação de coisas para abonar as multas na biblioteca.	
As palavras chaves encontradas que representam essa categoria são	**Temas**
Conscientização, preservação, campanha, projeto, ação cultura, incentivo a leitura	14. Ações de preservação do acervo
	24. Projetos e ações culturais da biblioteca
	31. Realização de campanhas

Fonte: elaborado pela autora (2018)

Quadro 15 – Categoria: Notícias e informações da universidade

Categoria: Notícias e informações da universidade

<table>
<tr><td colspan="2">Descrição: essa categoria compreende todas as informações que a biblioteca compartilha da universidade e sobre a universidade. Foram considerados também notícias sobre os servidores que atuam na universidade.</td></tr>
<tr><td>As palavras chaves encontradas que representam essa categoria são</td><td>Temas</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Processos seletivos, editais, inscrições para curso de pós graduação, calendário acadêmico, projetos da universidade, campanhas da universidade, nota da universidade, Enade, cardápio do restaurante, notícias sobre a universidade na mídia nacional, história da universidade, período de matrícula, atividades desenvolvidas por servidores, premiação recebida por servidores, nota de falecimento de servidores, concursos públicos, estágios, bolsistas, assistência estudantil.</td><td>22. Estágios, concursos, processo seletivo para vaga de emprego da universidade</td></tr>
<tr><td>25. Projetos, campanhas e ações culturais da universidade</td></tr>
<tr><td>26. Informações da universidade</td></tr>
<tr><td>28. Cursos, oficinas e treinamentos oferecidos pela universidade</td></tr>
<tr><td></td><td>30. Notas de falecimento de servidores da universidade</td></tr>
</table>

Fonte: elaborado pela autora (2018)

Quadro 16 – Categoria: Divulgação científica

<table>
<tr><td colspan="2">Categoria: Divulgação científica</td></tr>
<tr><td colspan="2">Descrição: essa categoria compreende as publicações que divulga informações sobre resultados de estudos científicos, notícias dos estudos realizados, informações que envolvem o fomento a pesquisa, a realidade da atividade de pesquisa no Brasil, premiação de cientistas.</td></tr>
<tr><td>As palavras chaves encontradas que representam essa categoria são</td><td>Temas</td></tr>
<tr><td>Resultados de pesquisa, artigo científico, premiação científica, ciência no Brasil, descobertas científicas, experiências e experimentos científicos.</td><td>35. Informações científicas</td></tr>
</table>

Fonte: elaborado pela autora (2018)

Quadro 17 – Categoria: Promoção da biblioteca

<table>
<tr><td>Categoria: Promoção da biblioteca</td></tr>
<tr><td>Descrição: Essa categoria abrange as ações realizadas pelas bibliotecas no intuito de promovê-la. Exemplos de atividades que visam essa promoção são: publicação de fotos dos espaços da biblioteca, fotos dos usuários na biblioteca, divulgação da equipe da biblioteca por meio de fotos ou especificação do trabalho desenvolvido pelos servidores, divulgação de conteúdos voltados ao universo das bibliotecas, tais como: o papel da biblioteca na sociedade, matérias mostrando a</td></tr>
</table>

importância do livro e da leitura, informações sobre a atuação dos bibliotecários.	
As palavras chaves encontradas que representam essa categoria são	**Temas**
Fotos, conheça nosso espaço, importância do livro e da leitura, papel da biblioteca, história da biblioteca.	33. Fotos da biblioteca e de sua equipe
	37. Informações relacionadas ao universo das bibliotecas

Fonte: elaborado pela autora (2018)

Quadro 18 – Categoria: Informações diversas

Categoria: Informações diversas	
Descrição: Divulgação de informações e de atividades desenvolvidas por outras instituições (estágios, concursos, cursos, treinamentos) datas comemorativas, noticias sobre assuntos gerais que não se enquadram em nenhuma categoria anterior.	
As palavras chaves encontradas que representam essa categoria são	**Temas**
Concursos, estágios, bolsas, dia do, data de, comemoração, notícias jornalísticas, campanha, oficinas, cursos.	23. Estágios, concursos, vaga de emprego de outras instituições
	29. Cursos, oficinas e treinamentos oferecidos por outras instituições
	32. Datas comemorativas
	36. Informações gerais

Fonte: elaborado pela autora (2018)

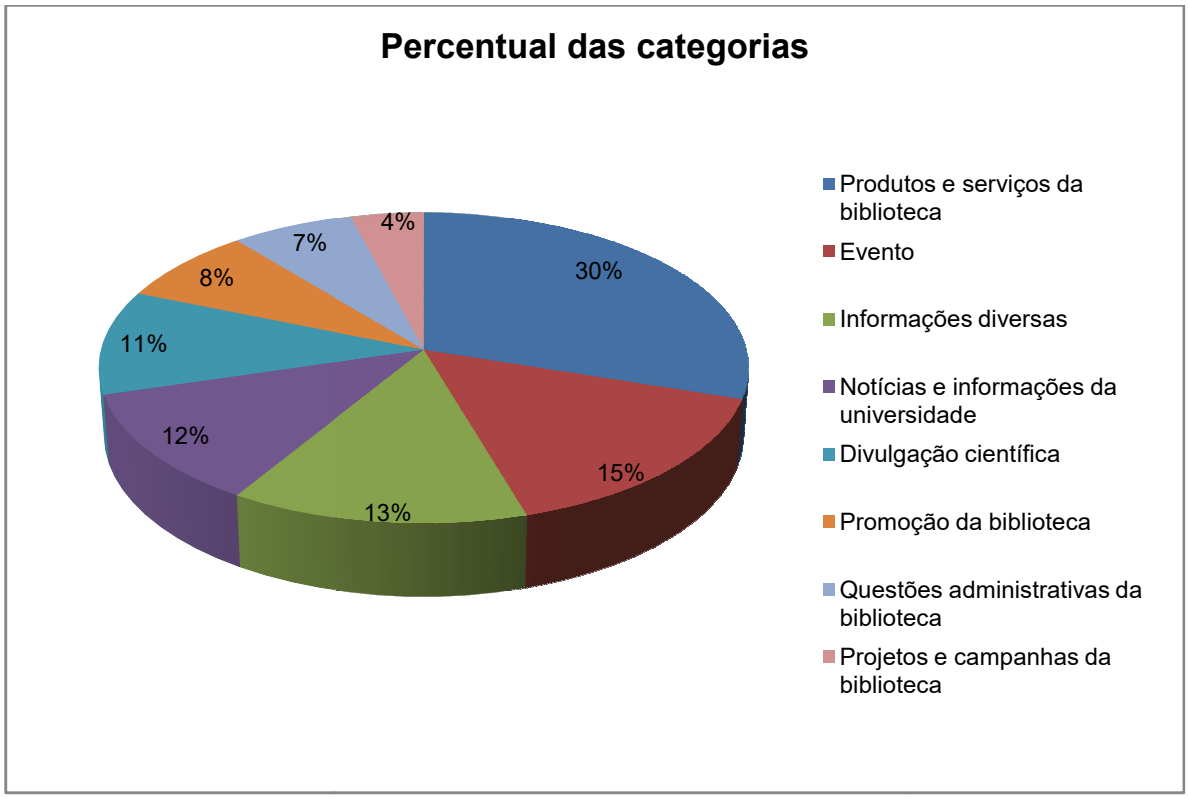
A partir dessas categorias pode-se dizer que as bibliotecas realizam publicações voltadas tanto para sua realidade, quanto para assuntos que envolvem a universidade e também a de outras instituições. O que demonstra que elas não usam suas páginas no *Facebook* apenas para falar sobre as atividades desenvolvidas por elas, ou seja, as bibliotecas estão preocupadas em divulgar e informar seus usuários sobre o que acontece na universidade e também fora dela.

Ao analisar os temas que emergiram das publicações é possível ver a preocupação das bibliotecas universitárias no cumprimento de seu papel e dar

subsídios informacionais para o desenvolvimento do ensino, pesquisa e extensão na universidade.

Baseado nas oito categorias criadas classificou-se as 2210 publicações, possibilitando assim identificar para quais finalidades as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook.* Foram obtidos os seguintes resultados:

Gráfico 13 – Percentual de publicação segundo as categorias



Fonte: elaborado pela autora (2018)

A categoria com o maior percentual de publicações foi a de produtos e serviços da biblioteca com 30% do total, o que equivale a 664 publicações. Segundo Araujo, Loureiro e Freire (2014) as mídias sociais contribuem para agilidade na disseminação da informação e também na divulgação dos produtos e serviços informacionais, propiciando uma maior dinamicidade. E os dados demonstram que as bibliotecas universitárias têm usado suas páginas no *Facebook,* principalmente, ofertar seus produtos e serviços, conforme mencionado pelos autores.

A categoria evento foi a segunda que mais se destacou com um total de 340 publicações (15% do total). Ela é composta por eventos realizados pela biblioteca,

pela universidade e por outras instituições. Essa preocupação em divulgar eventos pode estar associada à necessidade de incentivar a comunidade acadêmica a participar de outras atividades, além das realizadas em sala de aula, que contribuam para sua formação acadêmica. E, além disso, os eventos são uma das modalidades desenvolvidas pelas universidades para atender as exigências do tripé de ensino, pesquisa e extensão.

A categoria informações diversas obteve 13% do total, o que equivale a 294 publicações, sendo a terceira mais recorrente. Essa categoria é composta por publicações que informam os usuários sobre as atividades desenvolvidas por outras instituições (cursos, treinamentos, concurso, estágios, oportunidades de emprego) datas comemorativas e notícias sobre assuntos gerais. Os assuntos gerais são entendidos como aqueles que não se enquadram em nenhuma categoria anterior. Mas vale destacar que a maior parte das publicações que compõe essa categoria tem assuntos relacionados à área de atuação da biblioteca, ou seja, os assuntos das publicações se relacionam com cursos oferecidos pela universidade. Essa situação pode ser verificada, por exemplo, na Biblioteca da Escola de Arquitetura da UFMG que realizou várias postagens consideradas de informações gerais, mas ao mesmo tempo são informações específicas da área de atuação da biblioteca.

Figura 17 – Publicação da Biblioteca da Escola de Arquitetura da UFMG

Fonte: UFMG (2017)

O mesmo ocorre em relação às publicações sobre as datas comemorativas, as oportunidades trabalho e os cursos e treinamentos de outras instituições.

Figura 18 – Publicações que representam a categoria informações diversas

Fonte: UFPeL (2017); UFF (2017); UFPA (2017).

A Biblioteca do Câmpus Porto da Universidade Federal de Pelotas - UFPeL atende aos seguintes cursos: administração, ciência da computação, economia entre outros. E pode-se observar na publicação divulgando uma vaga de estágio de outra instituição que essa postagem está relacionada aos cursos que a biblioteca atende. O mesmo ocorre com as publicações da Biblioteca da Escola de enfermagem da UFF e da Biblioteca Setorial do Instituto de Ciências da Saúde - ICS da UFPA que atendem os cursos de enfermagem, fisioterapia, terapia ocupacional, medicina e nutrição.

A categoria notícias e informações da universidade foi à quarta com mais publicações é composta por 258 postagens, o que equivale a 12% do total. As publicações dessa categoria são principalmente de cunho informativo, pois visam informar os usuários sobre os assuntos da universidade. Observou-se que as bibliotecas compartilharam muitas informações sobre os cursos oferecidos na universidade, período de matrícula, divulgação de calendário acadêmico, processos seletivos, programas e projetos desenvolvidos pela universidade.

A categoria divulgação científica obteve 11% e compreende um do total de 239 publicações. Fazem parte dessa categoria as publicações que falam sobre resultados de estudos científicos, notícias dos estudos realizados, informações que envolvem o fomento a pesquisa, a realidade da atividade de pesquisa no Brasil e premiação de cientistas. A pesquisa faz parte do tripé da universidade e as bibliotecas universitárias enquanto parte dessas instituições devem contribuir para o

desenvolvimento da pesquisa. Essa categoria busca disseminar informações sobre o desenvolvimento da pesquisa no Brasil.

A categoria promoção da biblioteca ficou com 8% do total de publicações, o que equivale a 174 postagens. Entende-se aqui por promoção a “atividade de marketing referente à comunicação com o propósito de fazer conhecer e efetivar o uso ou adoção de um produto, ideia, comportamento ou serviço” (AMARAL, GUIMARÃES, 2008, p. 34). Sendo os objetivos da promoção

> - Tornar a organização e seus produtos e serviços conhecidos pelos usuários potenciais.
> - Tornar o ambiente da organização e seus produtos e serviços atraentes para os usuários potenciais.
> - Mostrar aos usuários reais como usar os produtos e os serviços.
> - Evidenciar os benefícios dos produtos e serviços oferecidos.
> - Manter os usuários reais, constantemente, bem informados sobre a atuação da organização, seus produtos e serviços.

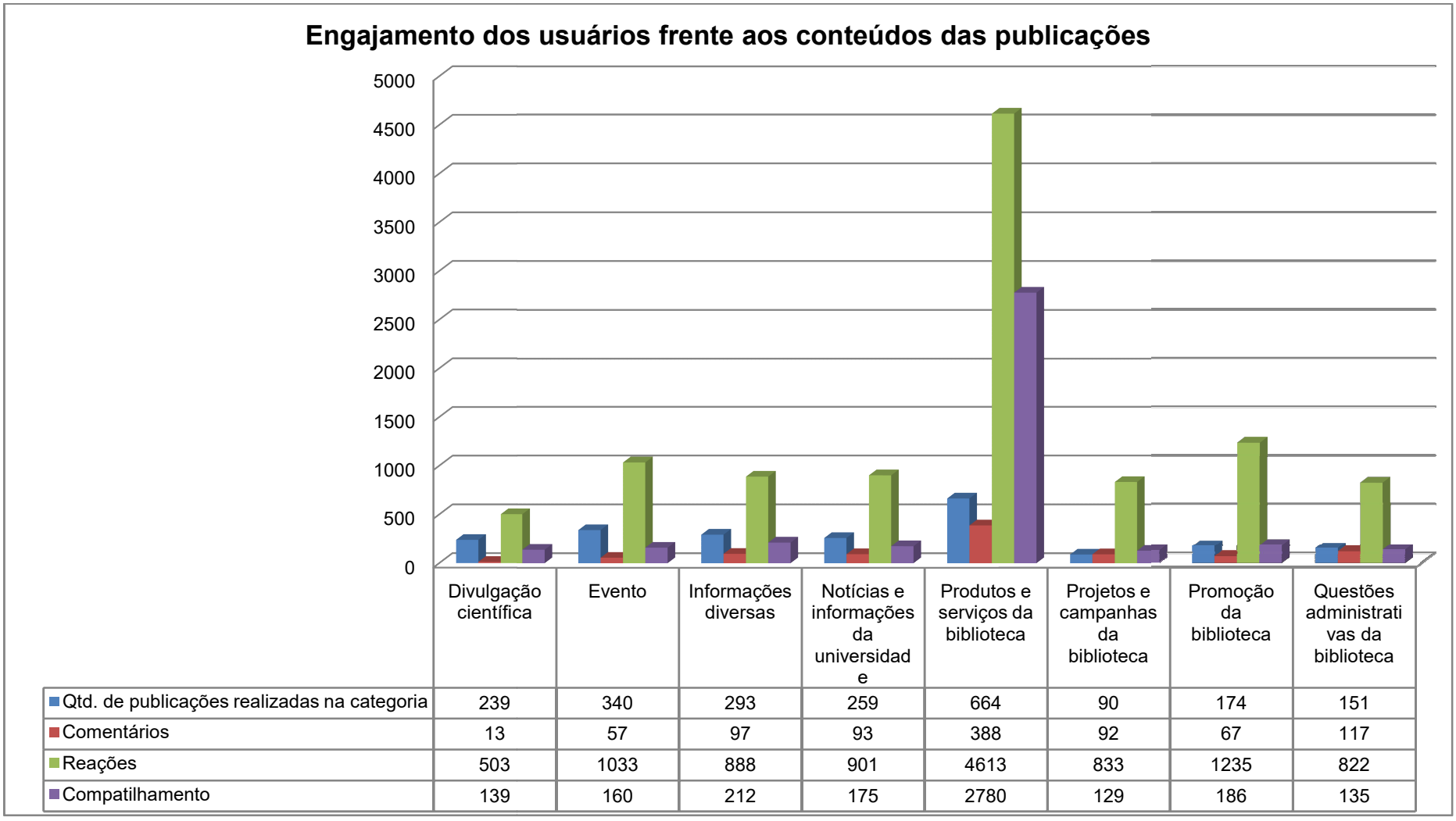
O fato das bibliotecas universitárias usarem o *Facebook,* principalmente*,* para informar aos usuários sobre seus produtos e serviços representa também uma forma de promover a biblioteca, assim como a realização de eventos, de campanhas e projetos. Mas criou-se essa categoria por entender que as publicações que tratam sobre a importância da leitura, sobre a atuação do bibliotecário, sobre o papel da biblioteca na sociedade não poderiam ser incorporadas a nenhuma das categorias criadas. Acredita-se que as bibliotecas universitárias publicam esses assuntos no intuito de mostrar para os usuários a sua importância na sociedade. Dessa forma, o objetivo é tornar as bibliotecas universitárias conhecidas, e essa é uma atividade de promoção.

Apenas 7% das publicações, um total de 151 postagens, dizem respeito a questões administrativas das bibliotecas. Essa categoria é composta por assuntos que envolvem o funcionamento da biblioteca, as normas de uso do espaço físico e processos seletivos realizados pelas bibliotecas. Sendo que, 92,7% das publicações que compõe essa categoria são relacionadas ao funcionamento da biblioteca.

A categoria “projetos e campanhas da biblioteca” foi a que obteve menos publicações, apenas 4%. Com base nesse resultado pode-se inferir que a realização de projetos e campanhas são atividades pouco frequentes na realidade das bibliotecas, por isso são temas menos recorrentes em suas páginas no *Facebook*.

Após identificar os temas presentes nas publicações realizadas pelas bibliotecas em suas páginas, buscou-se verificar o interesse dos usuários em relação a esses temas.

Gráfico 14 – Atividades dos usuários frente ao conteúdo das publicações



	Divulgação científica	Evento	Informações diversas	Notícias e informações da universidade	Produtos e serviços da biblioteca	Projetos e campanhas da biblioteca	Promoção da biblioteca	Questões administrativas da biblioteca
Qtd. de publicações realizadas na categoria	239	340	293	259	664	90	174	151
Comentários	13	57	97	93	388	92	67	117
Reações	503	1033	888	901	4613	833	1235	822
Compatilhamento	139	160	212	175	2780	129	186	135

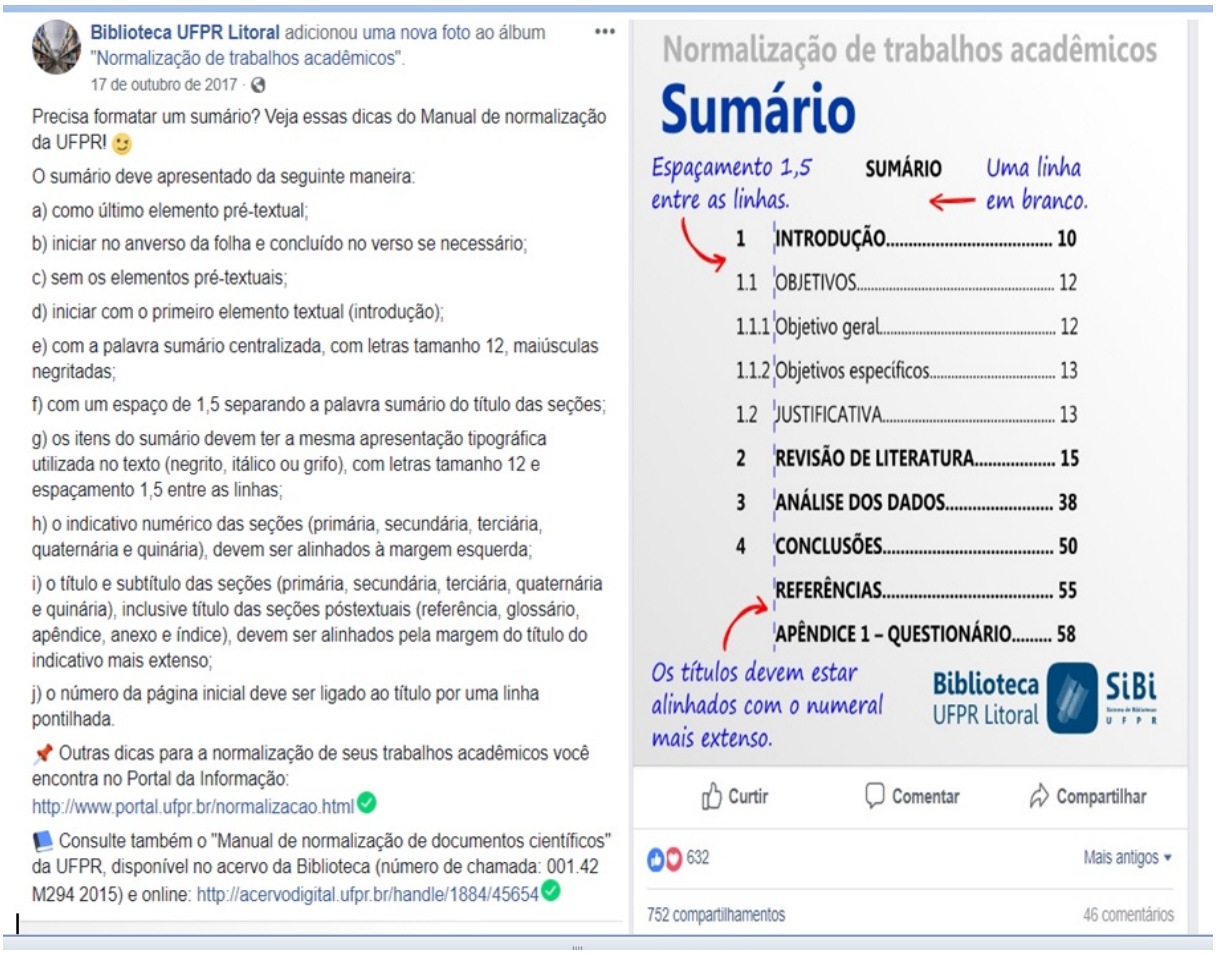
Fonte: elaborado pela autora (2018)

Os dados mostram que a categoria em que os usuários mais se engajaram foi a de produtos e serviços, o que representa um total de 49,7% do total das atividades (reações, comentários, compartilhamentos) realizadas pelos usuários. A segunda categoria em que as publicações obteve mais participação dos usuários foi a promoção da biblioteca com 9,5%. A categoria evento foi à terceira com 8%, seguida da categoria informações diversas (7,6%), notícias e informações da universidade (7,5%), questões administrativas da biblioteca (6,9%), projetos e campanhas da biblioteca (6,7%) e por último a categoria de divulgação científica com 4,2%.

No intuito de apresentar quais foram às publicações que obtiveram o maior engajamento abaixo estão às três publicações que se destacaram nesse quesito.

Em primeiro lugar, com 632 reações, 752 compartilhamentos e 46 comentários, foi a publicação sobre normalização de trabalhos acadêmicos da Biblioteca UFPR Litoral como apresentada na imagem abaixo.

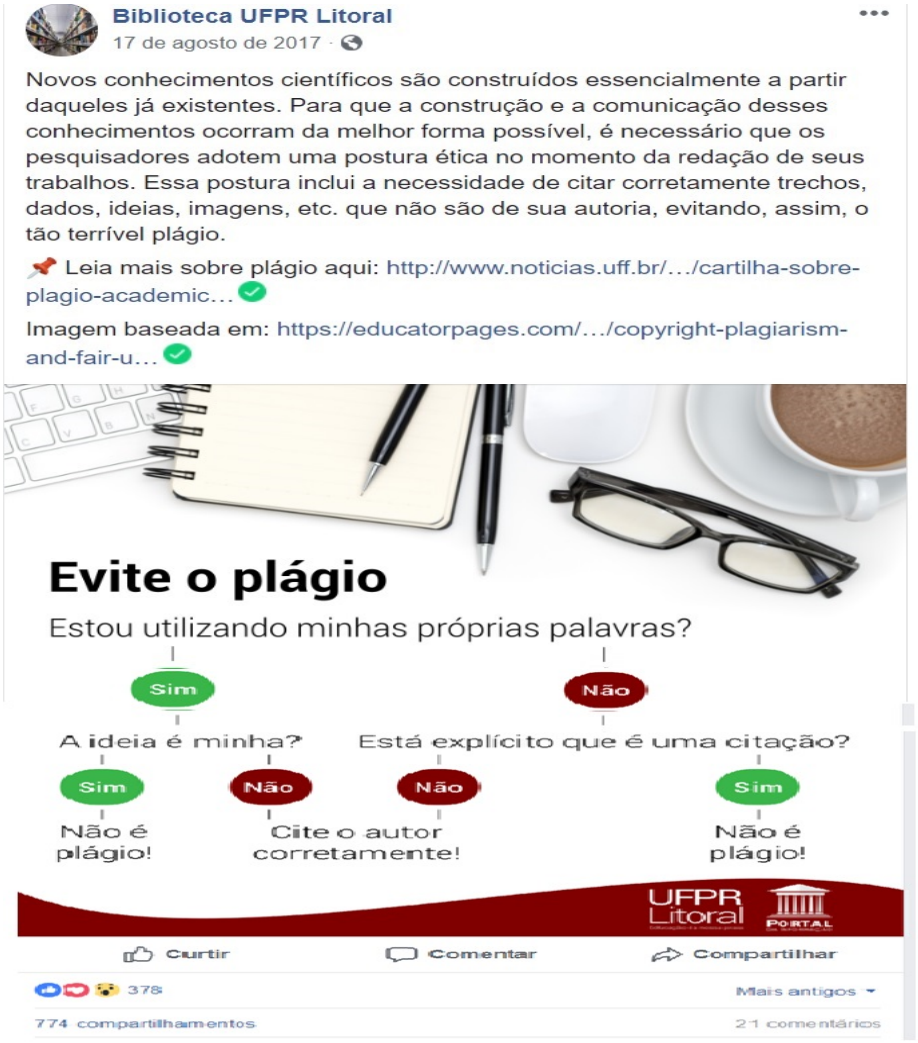
Figura 19 – Publicação com o maior engajamento na categoria produtos e serviços



Fonte: Publicação no Facebook da Biblioteca UFPR Litoral (2017)

Em segundo lugar, a publicação sobre plágio da Biblioteca UFPR Litoral com 378 reações, 774 compartilhamentos e 21 comentários.

Figura 20 – Segunda publicação com o maior engajamento na categoria produtos e serviços



Fonte: Publicação no Facebook da Biblioteca UFPR Litoral (2017)

Em terceiro lugar, a publicação sobre mapas mentais para sistematização do conteúdo com 397 reações, 525 compartilhamentos e 43 comentários.

Figura 21 – Terceira publicação com o maior engajamento na categoria produtos e serviços

Fonte: Publicação no Facebook da Biblioteca UFPR Litoral (2017)

Deve-se destacar que as três publicações são de apenas uma biblioteca e ambas fazem parte da categoria produtos e serviços. Dessa forma verifica-se que o engajamento dos usuários ocorre, principalmente, em publicações que versam sobre os produtos e serviços ofertados pelas bibliotecas universitárias, isso demonstra que dentre todos os conteúdos postados no *Facebook*, o que mais chama atenção dos usuários são assuntos relacionados a essa temática.

6.4 REFLEXÕES ACERCA DO USO DAS MÍDIAS SOCIAIS PELAS BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS

O primeiro objetivo dessa pesquisa era identificar quais e quantas bibliotecas existem nas universidades federais brasileiras, para que a partir disso a pesquisa pudesse ser delineada. Esse objetivo foi alcançado e identificou-se um total de 655 bibliotecas (centrais e setoriais) espalhadas por todas as regiões brasileiras, presente em todas as universidades federais brasileiras.

Identificar o uso das mídias sociais pelas bibliotecas das universidades federais e, consequentemente, quais mídias sociais são usadas foi o segundo objetivo proposto. Os resultados demonstram que do total de 655 bibliotecas 316 usam alguma mídia social, o que equivale a 48,2% do total de bibliotecas. Ou seja, menos da metade das bibliotecas pesquisadas. Mas apesar disso, esse percentual abrange bibliotecas de todas as regiões brasileiras, sendo que a região sul é a que possui um maior percentual de uso com 69%, seguidos da região sudeste com 50% das bibliotecas. Já nas regiões Centro Oeste, Nordeste e Norte foi constatado um maior percentual para o não uso de mídias sociais.

Esses dados foram obtidos a partir das informações disponibilizadas nos sites institucionais das bibliotecas e, em alguns casos, no *Facebook.* A partir das buscas realizadas nesses sites foi possível verificar que grande parte das bibliotecas não mencionam o uso de mídias sociais nesse ambiente digital. E tal atitude é vista como um problema, pois os sites institucionais são a principal fonte de informação de uma instituição e se todos os produtos e serviços oferecidos não aparecem nesse espaço demonstra uma falha, tanto na disponibilização de informações no site, quanto na clareza dos objetivos para o uso das mídias sociais.

Em relação às mídias sociais usadas pelas bibliotecas verificou-se que o *Facebook,* o *Twitter* e o *Blog* são os mais recorrentes. Esses resultados coincidiram com os resultados das pesquisas de Calil Junior, Capello e Santos (2012); Calil Junior, Almendra e Vaz (2012); Calil Junior (2013); Ribeiro, Leite e Lopes (2014); Rezende, Martins e Silva (2016). Identificou-se ainda que 95,6% das bibliotecas usam o *Facebook* o que corresponde a 302 bibliotecas das universidades federais brasileiras. No entanto, deve-se ressaltar que nos casos em que as bibliotecas não divulgaram em seus sites oficiais as mídias sociais usadas foram realizadas pesquisas apenas no *Facebook,* no intuito de localizar páginas e/ou perfis das

bibliotecas. Dessa forma, podem existir bibliotecas que usam outros tipos de mídias sociais além do *Facebook* e que não informaram isso em seus sites institucionais.

Do total de 302 bibliotecas que usam o *Facebook* em suas práticas comunicativas constatou-se que 50 delas usam perfis e diante desse dado é importante destacar o equívoco que essas bibliotecas estão cometendo. Já que é contra a política de uso do *Facebook* instituição usar perfis, pois estes representam pessoas, enquanto que as páginas são destinadas para as empresas, as marcas, as organizações, as instituições e figuras públicas. Essa situação demonstra certo desconhecimento por parte das bibliotecas universitárias sobre a mídia social usada.

As mídias sociais proporcionam diversos benefícios para as bibliotecas universitárias, tais como ampliação da comunicação com os usuários, maior dinamicidade na oferta de produtos e serviços, contribui para a disseminação da informação, entre várias outras possibilidades. Mas para alcançar esses benefícios o primeiro passo é conhecer as mídias sociais existentes, para entender as funcionalidades, os termos e políticas e os objetivos de cada uma delas. Conhecê-las melhor ajudará as bibliotecas universitárias a identificar quais mídias sociais se adéquam aos objetivos que pretendem alcançar. Além disso, proporcionará um melhor aproveitamento dos recursos que são oferecidos por cada uma delas.

Outro ponto a ser destacado é a existência de páginas das bibliotecas universitárias que estão ativas no Facebook, mas que estão completamente abandonadas. As mídias sociais e, nesse caso o Facebook, em si são espaços de interação que podem contribuir para ampliação da comunicação entre as bibliotecas e os seus usuários, mas isso só ocorre se seu uso for bem planejado, pois não basta apenas criar uma página é necessário ter um planejamento mínimo para mantê-la ativa. Segundo Ramalho (2010) a entrada nas mídias sociais precisa acontecer com uma ideia clara de como será a manutenção de sua presença digital. Isso porque para ele deve ocorrer uma alimentação constante de informações relevantes para seu público alvo, pois as pessoas perdem o interesse rapidamente caso a mídia social deixe de prover informações relevantes. E mais do que isso, uma página em uma mídia social que fica inativa não gera uma boa imagem para a instituição (RAMALHO, 2010).

Diante disso, é importante questionar a atitude dessas bibliotecas no Facebook. Pois nesse caso, o que era pra ser usado pra aproximar a biblioteca dos usuários, para ampliar a comunicação e torná-la rápida e direta, está sendo

subutilizado e, pior do que isso, este espaço está contribuindo para a construção de imagens negativas dessas bibliotecas. Por isso, mais importante do que decidir pela criação de uma página no *Facebook* avaliar se a biblioteca terá recursos para mantê-la em funcionamento.

A biblioteca da Universidade da Nova Jersey dos Estados Unidos, por exemplo, decidiu por não ter seus próprios canais nas mídias sociais depois de deixar uma conta da biblioteca no *Twitter* abandonada. Após tal situação a biblioteca iniciou uma discussão para avaliar sua presença ou não nas mídias sociais. E a biblioteca concluiu que não tinha tempo e nem os recursos necessários para manter a mídia social ativa, por isso pelo menos por enquanto essa biblioteca não fará uso de mídias sociais (COWELL, 2017, TRADUÇÃO).

Manter uma página ativa no *Facebook* exige recursos técnicos, recursos humanos e tempo, por isso se as bibliotecas das universidades federais brasileiras não dispõem minimamente desses recursos é importante que elas pensem e repensem sobre a criação e a manutenção de uma página no *Facebook* e em outras mídias sociais, tal como fez a biblioteca de Nova Jersey.

É claro que imprevistos acontecem, se hoje as bibliotecas tem recursos e decidem pelo uso do *Facebook*, mais tarde podem surgir problemas que inviabilizem a manutenção delas. Por isso é necessário a realização de um planejamento mínino para que se esteja preparado para agir tanto em momentos bons, quanto em momentos de crises. Pois o que não pode acontecer é manter uma página visível para os usuários e não estabelecer qualquer tipo de interação com eles.

Tendo em vista que, o foco dessa dissertação eram as páginas das bibliotecas no *Facebook* o total de bibliotecas que tiveram suas práticas comunicativas analisadas caiu de 302 para 227. Dessa forma, para responder como as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook* em suas práticas comunicativas foram analisados o número de seguidores das páginas, a quantidade de publicações realizadas pelas bibliotecas, o período em que foram realizadas essas postagens, o tipo de recursos utilizados e o engajamento dos usuários frente às publicações.

Em relação ao número de seguidores a maior parte das bibliotecas possui de 51 até 1000 seguidores, representando 66,9% do total. No entanto deve-se destacar que desse total 39,6% tem no máximo 500 seguidores. E apenas 3 bibliotecas do universo da pesquisa apresentam números acima de 8001

seguidores. É importante ressaltar que a página da Biblioteca da UFPR Litoral e a única com 38.252 seguidores, número bem acima das demais o que dá a entender que essa biblioteca possui algo que desperta o interesse dos usuários.

No que se refere à quantidade de publicações das bibliotecas das universidades federais brasileiras identificou-se que foram realizadas um total de 27.851 postagens ao logo do ano de 2017. 61,7% das bibliotecas realizaram no máximo 100 publicações durante o ano. Diante desse número pode-se afirmar que as bibliotecas possuem um baixo índice de postagens e deixaram de publicar em vários dias do ano. Essa atitude pode prejudicar a atuação delas no Facebook, já que os usuários podem perder rapidamente o interesse por páginas que não estiverem promovendo informações.

Quanto aos recursos utilizados identificou-se uma preferência das bibliotecas por dois deles: as imagens e os links. No entanto houve uma predominância na utilização de imagens (44,8%).

Sobre o engajamento dos usuários verificou-se que esses estão presentes no *Facebook* e interagem com os conteúdos postados. Eles utilizam todos os recursos disponíveis para manifestar suas opiniões, no entanto as reações é o recurso mais utilizado por eles e o menos utilizado é o comentário. Acredita-se que as reações foram as que obtiveram o maior índice por serem ações que despendem pouco tempo dos usuários.

Esse engajamento comprova o que a literatura apresenta. O perfil dos usuários da biblioteca universitária está realmente mudando. Eles estão de fato incorporando as TICs à sua realidade. Além de usar o Facebook para receber as informações eles usam-no para expressar suas opiniões e demandas. Isso exige das bibliotecas a disposição de estar em constante evolução, pois não basta criar uma página no Facebook, é preciso que as bibliotecas universitárias estejam presentes, aceitando as críticas e sugestões, atendendo as demandas dos usuários que surgem a partir desse novo meio de comunicação.

Analisar o conteúdo das publicações realizadas pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras no *Facebook* foi o terceiro objetivo proposto e foi a partir dessa análise de conteúdo que se identificou para quais finalidades as bibliotecas das universidades federais usam o *Facebook*, sendo esse o quarto objetivo proposto. Os resultados demonstraram que as bibliotecas realizam publicações voltadas tanto para sua realidade, quanto para assuntos que envolvem

a universidade e informações diversas de outras instituições. Isso mostra que elas não usam suas páginas no *Facebook* apenas para falar sobre as atividades desenvolvidas pelas bibliotecas, mas também para informar os usuários sobre o que acontece fora dela. No entanto, a maior parte das publicações versa sobre os produtos e serviços oferecidos pelas bibliotecas das universidades federais brasileiras (30% do total de publicações).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É notável que as evoluções tecnológicas tenham contribuído para inúmeras mudanças na sociedade. O avanço das TICs é uma das mais recentes transformações vivenciadas e essas tecnologias propiciaram mudanças na maneira de comunicar e interagir, dando início a novas formas de sociabilidade e, consequentemente, novas práticas comunicativas.

A partir da internet o mundo passou a estar interligado e isso tornou possível a comunicação simultânea e instantânea entre pessoas distantes geograficamente uma das outras. Vive-se na sociedade em rede onde a internet é a base material e tecnológica da sociedade. Enquanto que a *web* é a interface multimídia que permite aos usuários acessar e participar da construção de conteúdos.

Com a *web* 2.0 os usuários deixam de ser vistos apenas como consumidores e receptores de conteúdos para tornarem-se também produtores, já que essa *web* permite maior participação dos usuários na produção, na disseminação, na edição e na publicação de conteúdos.

As mídias sociais são um dos exemplos de ferramentas advindas da *web* 2.0. Elas se apresentam como recursos importantes de comunicação nesse contexto da sociedade em rede e podem trazer inúmeros benefícios para as bibliotecas universitárias, desde que bem utilizadas.

As pesquisas demonstram que a internet e as mídias sociais estão cada dia mais presente na vida dos indivíduos e que esses agora têm um perfil baseado nas trocas comunicativas realizadas através das redes. Percebeu-se isso nessa pesquisa a partir do engajamento dos usuários entorno das publicações das bibliotecas das universidades federais. Esse engajamento demonstra que os indivíduos estão presentes nas mídias sociais e estão interagindo com as bibliotecas e expressando suas opiniões sobre o conteúdo publicado.

Diante dessa constatação, a hipótese de que as bibliotecas das universidades federais brasileiras fazem uso do *Facebook* em suas práticas comunicativas, mas elas não possuem ações cotidianas que contribuam para o engajamento dos usuários foi em parte comprovada. Por um lado, as bibliotecas têm incorporado o uso do *Facebook* em suas práticas comunicativas, mas no que se refere ao engajamento dos usuários mesmo havendo indícios de que as bibliotecas não possuem um planejamento claro que estabeleça ações cotidianas para o uso do

Facebook, houve engajamento dos usuários nas publicações realizadas pelas bibliotecas.

Tendo em vista que as mídias sociais são campos de trocas comunicativas faz-se necessário que as bibliotecas compreendam o *Facebook* enquanto um espaço de interação e não como um meio técnico usado apenas para transmitir informações, elas estarão realizando práticas comunicativas condizentes com as demandas atuais. Reconhecendo assim que os usuários são integrantes ativos no processo comunicacional e não mais meros receptores de informação.

Entender os usuários enquanto partícipe do processo comunicacional e possibilitar sua participação nas atividades desenvolvidas pelas bibliotecas é fundamental para a construção de uma biblioteca 2.0. Isso porque o conceito de biblioteca 2.0 não se resume simplesmente a adoção das TICs, ou do uso do *Facebook*, trata-se de uma mudança de atitude que exige um novo modo de se relacionar, de interagir e comunicar com o usuário, de forma que o foco da biblioteca passa ser o usuário. A partir dessa concepção de biblioteca 2.0 percebe-se que as bibliotecas das universidades federais brasileiras têm incorporado as mídias sociais em suas práticas comunicativas, principalmente, por meio do *Facebook.* Mas observou-se que as ações desenvolvidas por elas não estão de acordo com essa nova concepção de biblioteca. Tal fato comprova a hipótese de que as bibliotecas das universidades federais brasileiras ainda não podem ser consideradas bibliotecas 2.0. Constatação semelhante à de Zaiden (2016, p. 111) que afirma que “a utilização das ferramentas [da *web* 2.0] têm se dado de forma ineficiente e sem levar em consideração o atributo essencial que marca a *web* 2.0: a faculdade latente de interação”.

Apesar dessa constatação é perceptível que existem algumas bibliotecas que estão em processo de transição e de adequação para esse novo modelo de biblioteca. Como é caso dessas três bibliotecas que despertaram atenção durante a realização dessa pesquisa, a Biblioteca da UFPR Litoral, a Biblioteca Central Prof. Dr. Clodoaldo Beckmann da UFPA e a Biblioteca Central da UnB. Elas são as únicas que possuem mais de 14 mil seguidores, realizam publicações quase que diariamente e ao que tudo indica possuem uma presença digital forte. A atuação dessas três bibliotecas suscitou novos questionamentos, tais como, será qual o diferencial dessas bibliotecas universitárias? O que chama atenção dos usuários nessas páginas? Será que essas bibliotecas não são exemplos brasileiros de

bibliotecas 2.0?. Diante disso, esses questionamentos se configuram como sugestões e também apontamentos para realização de pesquisas futuras.

Como as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook* em suas práticas comunicativas? Foi o problema de pesquisa dessa dissertação e chegou-se a conclusão que as bibliotecas das universidades federais brasileiras usam o *Facebook* como um meio de comunicação para informar seus usuários sobre os seus produtos e serviços oferecidos, bem como um canal de comunicação que contribui para ampliar a interação entre elas e seus usuários. Percebeu-se que essas bibliotecas estão cientes dos benefícios ofertados pelo *Facebook* e por isso estão incorporando-o a sua realidade, mas apesar disso ainda não estão usufruindo todas as possibilidades oferecidas por ele. Além disso, verificou-se que as bibliotecas possuem atitudes que não condizem com as exigências dos usuários e nem com a dinamicidade das mídias sociais. Diante disso, é importante destacar que o ponto chave para o melhor aproveitamento do *Facebook* é o conhecimento. Por isso as bibliotecas precisam conhecer todos os recursos ofertados para dimensionar como usar e quando usar.

Ao final dessa pesquisa pode-se afirmar que todos os objetivos propostos foram alcançados, as hipóteses verificadas e o problema de pesquisa respondido.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, G. A. de. **Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias**: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP. 2012. 184 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em:<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-03122012-160409/pt-br.php>. Acesso em: 21 nov. 2017.

AGUILAR, Ruth Kipper. Intervenção **urbana: uma análise enquanto prática.** 2016. 179 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2016. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/5980;>. Acesso em: 17 jan. 2018.

AMARAL, Sueli Angelica do. Atividades de marketing na promoção de serviços de informação: pesquisa sobre o SONAR-ISIS e o SERVIR-IBNIS do CIN/CNEN. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S.l.], v. 6, n. 1, nov. 2007. ISSN 19815344. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/438/248>. Acesso em: 23 mar. 2018.

AMARAL, Sueli Angelica do; GUIMARÃES, Tatiara Paranhos. Websites de unidades de informação como ferramentas de comunicação com seus próprios públicos 10.5007/1518-2924.2008v13n26p147.**Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, Florianópolis, v. 13, n. 26, p. 147-161, jan. 2008. ISSN 1518-2924. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2008v13n26p147>. Acesso em: 21 mar. 2018. doi:https://doi.org/10.5007/1518-2924.2008v13n26p147.

ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução **a metodologia do trabalho cientifico**: elaboração de trabalhos na graduação. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ARAUJO, Ronaldo Ferreira. Marketing científico digital e métricas de mídias sociais: indicadores-chave de desempenho de periódicos no Facebook. **Informação e sociedade:** estudos. v. 28, n. 1, 2018. Disponível em:< https://doi.org/10.22478/ufpb.1809-4783.2018v28n1.22063>. Acesso em: 25 maio 2018.

ARAÚJO, W. S.; LOUREIRO, J. M. M.; FREIRE, G. H. A. J. Bibliotecas, usuários e tecnologias info-comunicacionais: perspectivas e transformações. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, v. 7, n. 2, 2014. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/17872>. Acesso em: 05 Jul 2017.

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso (1952-1953). In.: **Estética da criação**

BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 9. ed. Florianopolis: Ed. da UFSC, 2015. 315 p.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011. 279 p.

BLATTMANN, Ursula; SILVA, Fabiano Couto Corrêa da. Colaboração e interação na Web 2.0 e Biblioteca 2. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 12, n. 2, p. 191-215, nov. 2007. ISSN 1414-0594. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/530/664>. Acesso em: 28 fev. 2017.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e das mensagens**: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. 8 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

BORDENAVE, Juan E**. O que e comunicação**. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985. 105 p. (Primeiros passos, 67).

BRASIL. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, 20 dez. 196. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/l9394.htm>. Acesso em: 31 maio 2018.

BRASIL. Ministério da Educação. Ministério da Educação. **Sistema e-MEC**. 2007. Disponível em: <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso em: 09 abr. 2017.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República**. Manual de orientação para atuação em redes sociais**. [Brasília, DF], maio 2013. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/pdfs-da-area-de-orientacoes-gerais/internet-e-redes-sociais/secommanualredessociaisout2012_pdf.pdf> . Acesso em: 13 maio 2018.

CALIL JUNIOR, Alberto. Mídias sociais nas bibliotecas universitárias brasileiras. **Revista ACB,** [S.l.], v. 18, n. 2, p. 1053-1077, set. 2013. ISSN 1414-0594. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/899>. Acesso em: 30 nov. 2017.

CALIL JUNIOR, Alberto; ALMENDRA, Gabriela; VAZ, Priscila. Mapeamento do uso das ferramentas colaborativas pelas bibliotecas das universidades federais das regiões nordeste e norte do Brasil. In: **SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS**, 17. Gramado. Anais... Gramado: UFRGS, 2012. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/70710>. Acesso em: 22 mar 2018.

CALIL JUNIOR, Alberto; CAPELLO, Soraia Santana; SANTOS, Rick. Mapeamento do uso das ferramentas colaborativas pelas bibliotecas das universidades federais das regiões sudeste sul e centrooeste do Brasil. In: **SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS**, 17. Gramado. Anais eletrônicos... Gramado: UFRGS, 2012. p.1-15. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/70710>. Acesso em: 22 mar 2018.

CARDOSO, Gustavo (orgs.). A sociedade em rede: do conhecimento à acção política. Lisboa: Imprensa Nacional: Casa da Moeda, 2006, p. 17-30. Disponível em:

< http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2017.

CARLOMAGNO, Márcio C.; ROCHA, Leonardo Caetano da. Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: uma questão metodológica. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, Curitiba, v. 7, n. 1, p.173-188, 2016. Quadrimestral. Disponível em: <http://revistas.ufpr.br/politica/article/view/45771/28756>. Acesso em: 04 jan. 2017.

CASEY, Michael; SAVASTINUK, Laura. Library 2.0. **Library Journal**, Sep 1, 2006, Vol.131(14), S.l, v. 131, n. 14, p.40-41, 01 set. 2016. ISSN: 03630277. Disponível em: <https://search-proquest.ez49.periodicos.capes.gov.br/docview/57642665?accountid=26644>. Acesso em: 11 maio 2018.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2010. 698 p.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CHAUÍ, M. A universidade pública sob nova perspectiva. **Revista Brasileira de Educação,** v. 24, p. 5-15, set./dez. 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n24/n24a02.pdf>. Acesso em: 10 maio 2018

CIPRIANI, Fabio. **Blog corporativo**: Aprenda como melhorar o relacionamento com seus clientes e fortalecer a imagem da sua empresa. 2. ed. São Paulo: Novatec, 2008. 201 p. Disponível em: <http://www.fabiocipriani.com/wp-content/uploads/2013/08/Blog corporativo - Fabio Cipriani.pdf>. Acesso em: 09 mar. 2018.

CIPRIANI, Fábio**. Estratégia em mídias sociais**: como romper o paradoxo das redes sociais e tornar a concorrência irrelevante. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. 202 p.

CONTI, Fátima. **WWW**. 2015. Disponível em: <http://www.ufpa.br/dicas/net1/int-www.htm>. Acesso em: 24 jul. 2017.

CORMODE, Graham; KRISHNAMURTHY, Balachander. Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. **First Monday**, [S.l.], apr. 2008. ISSN 13960466. Disponível em: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972>. Acesso em: 20 fev. 2018.

COUTINHO, Clara Maria Pereira; BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista. Blog e Wiki: os futuros professores e as ferramentas da Web 2.0. In: IX Simpósio Internacional de Informática Educativa (SIIE 2007), 2007, Porto**. Anais...** Porto - Portugal: Instituto Politécnico do Porto, 2007. p. 199-204. Acesso em: 03 mar. 2018. Disponível em: < http://hdl.handle.net/1822/7358>.

CUNHA, M.B.; CAVALCANTI, C.R.O. D**icionário de biblioteconomia e arquivologia**. Brasília: Briquet de lemos, 2008.

CUNHA, Murilo Bastos da. Construindo o futuro: a biblioteca universitária em 2010. Ciência da Informação , Brasília, v. 29, n. 1, p. 71-89, jan./abr. 2000. Disponivel em: <http://w.scielo.br/pdf/ci/v29n1/v29n1a8.pdf>. acesso em: on 05 jul. 2017.

CURRAN, Kevin G; MURRAY, Michelle, CHRISTIAN, Martin (2006) "Taking the information to the public through Library 2.0", **Library Hi Tech**, Vol. 25 n. 2, p.288-297, 2006. Disponível em: https://doi.org/10.1108/07378830710755036. Acesso em: 03 jun. 2018.

DIAS SOBRINHO, José. Educação superior, globalização e democratização: qual universidade?. **Rev. Bras. Educ**., Rio de Janeiro , n. 28, p. 164-173, Apr. 2005 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-24782005000100014&lng=en&nrm=iso>. access on 05 jul. 2017. http://dx.doi.org/10.1590/S1413-24782005000100014.

Excel do Seu Jeito. **Macro para gerar números aleatórios sem repetição.** 2018. Disponível em: <http://www.exceldoseujeito.com.br/2012/08/27/macro-para-gerar-numeros-aleatorios-sem-repeticao/>. Acesso em: 15 mar. 2018.

FACEBOOK. **Netvizz v.1.45.** 2017. Disponível em:< https://apps.facebook.com/107036545989762/>. Acesso em 10 nov. 2017.

FACEBOOK. **Sobre o *Facebook***. 2018. Disponível em: < https://www.facebook.com/pg/facebook/about/> Acesso em: 30 jan. 2018a.

FAQUETI, Marouva Fallgatter et al. Sistemas de bibliotecas: uma análise a partir de seus regimentos**. RDBCI**: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Campinas, SP, v. 15, n. 3, p. 715-735, jun. 2017. ISSN 1678-765X. Disponível em:<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8646300>. Acesso em: 30 nov. 2017. doi:http://dx.doi.org/10.20396/rdbci.v15i3.8646300.

FERREIRA, Lusimar Silva. **Bibliotecas universitárias brasileiras**: análise de estruturas centralizadas e descentralizadas. São Paulo: Pioneira; Brasília: INL, 1980

FLICKR. **Sobre o flick**r. 2018. Disponível em: <https://www.flickr.com/about>. Acesso em: 27 maio 2018.

FRANÇA, V. R. V. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: FUJITA, M. S. L. Aspectos evolutivos das bibliotecas universitárias em ambiente digital na perspectiva da rede de bibliotecas da UNESP. **Info & Soc**. V. 1, n. 2, p.97-112, jul./dez. 2005. Disponível: <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/33>. Acesso em 31 maio 2017.

GARCEZ, Eliane Maria Stuart; RADOS, Gregório J. Varvakis. Biblioteca híbrida: um novo enfoque no suporte à educação a distância. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 31, n. 2, p.44-51, maio/ago. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v31n2/12907.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2017.

GARCÍA, Catuxa Seoane. La biblioteca 2.0 : De la biblioteca expositiva a la biblioteca interactiva In : **Bibliotecas para a Vida II** : Bibliotecas e Leitura [online]. Évora : Publicações do Cidehus, 2010. Disponivel em: <http://books.openedition.org/cidehus/513>. Acesso em: 18 maio 2018.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. **Letramento informacional**: pesquisa, reflexões e aprendizagem. Brasília: Unb, 2012. Disponível em: < http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/13025/1/LIVRO_Letramento_Informacional.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 175 p.

GOMES, H. F.; PRUDÊNCIO, D. S.; CONCEIÇÃO, A. V. da. A mediação da informação pelas bibliotecas universitárias: um mapeamento sobre o uso dos dispositivos de comunicação na web**. Informação & Sociedade**: Estudos, João Pessoa, v. 20, n. 3,p. 145-156, set./dez. 2010. Disponivel em: < https://search.proquest.com/openview/8c593f11203fe1a555c1c2ae36ffe138/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2030753>. Acesso em: 10 maio 2017.

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ VILLAVICENCIO, et al. Revisión y propuesta de indicadores (KPI) de la Biblioteca en los medios sociales. **Revista Española de Documentación Científic**a, v. 36, n. 1, 2013. Disponível em:<http://dx.doi.org/10.3989/redc.2013.1.919>. Acesso em: 25 maio 2018.

GOOGLE. **Sobre o blogger**. 2018. Disponível em: <https://www.blogger.com>. Acesso em: 25 maio 2018.

HALL, Stuart**. Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003, 434 p.

HOLMBERG, Kim; ISTO, Huvila; KRONQVIST BERG, Maria; WIDÉN-WULFF, Gunilla . What is Library 2.0?, **Journal of Documentation**, Vol. 65, n 4, p.668-681, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/00220410910970294>. Acesso em: 26 fev. 2017.

JORGE, Pablo Diego Silva de Souza; RIBEIRO, Marcos Maurilio. Ferramentas 2.0 e bibliotecas universitárias brasileiras: levantamento de uso e implicações**. AtoZ:** novas práticas em informação e conhecimento, [S.l.], v. 2, n. 1, p. 22-33, ago. 2013. ISSN 2237-826X. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/41317>. Acesso em: 03 jun. 2018. doi:http://dx.doi.org/10.5380/atoz.v2i1.41317.

KOCH, Ingedore G. Villaça; Elias, Vanda Maria. **Ler e compreender**: os sentidos do texto. 3. ed. São Paulo: Contexto, c2006. 216 p.

KWANYA, Tom; STILWELL, Christine; UNDERWOOD, Peter G. Library 2.0 versus other library service models: A critical analysis. Journal **Of Librarianship And Information Science**, [s.l.], v. 44, n. 3, p.145-162, 10 nov. 2011. SAGE Publications. http://dx.doi.org/10.1177/0961000611426443. Disponível em:

<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0961000611426443>. Acesso em: 11 maio 2017.

LANCASTEH, F. W. Ameaça ou oportunidade?o futuro dos serviços de biblioteca à luz das inovações tecnológicas. **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, v. 23, n. 1, p. 07-27, 1994. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/9375>. Acesso em: 15 Jun. 2018.

LANCASTER, Frederic Winfed. Ameaça ou oportunidade? O futuro dos serviços de bibliotecas à luz das inovações tecnológicas**. Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, v. 25, n. 1, p. 7-27, jan./jun. 1994. Disponível em: < http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/reb/>. Acesso em: 16 out. 2017.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed.34, 2010.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?.** 2. ed São Paulo: Ed. 34, 2011. 157 p.

LINKEDIN CORPORATION. **Sobre o SlaidShare**. 2018. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/about>. Acesso em: 27 maio 2018.

LLORET ROMERO, Nuria. ROI. Measuring the social media return on investment in a library. **The Bottom Line**, [s.l.], v. 24, n. 2, p.145-151, 23 ago. 2011. Emerald.http://dx.doi.org/10.1108/08880451111169223. Disponível em:<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/08880451111169223>. Acesso em: 16 out. 2017.

LUCENA, Maria Inêz Probst; NASCIMENTO, André Marques do. Práticas (Trans) comunicativas contemporâneas: uma discussão sobre dois conceitos fundamentais. **Revista da Anpoll**. [S.l.], n. 40, jan-jun. 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.18309/anp.v1i40.1014>. Acesso em: 29 jan. 2018.

MAIA, Fernanda Camargo Guimarães Pereira. Análise de brand content através dos métodos digitais: interações da marca de moda feminina FARM na rede social Facebook. In**: Encontro dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação de Minas Gerais**, 9, 2016, Minas Gerais. **Anais...** Minas Gerais: UFOP, 2016.

MANESS, Jack M.. TEORIA DA BIBLIOTECA 2.0: Web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v. 17, n. 1, p.43-50, jan./abr. 2007. Disponível em: <http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/831/1464>. Acesso em: 26 fev. 2017.

MANESS, Jack M.. TEORIA DA BIBLIOTECA 2.0: Web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. Informação & Sociedade, João Pessoa, v. 17, n. 1, p.43-50, jan./abr. 2007. Disponível em: <http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/831/1464>. Acesso em: 26 fev. 2017

MANOVICH, L. Novas mídias como tecnologia e idéia: dez definições. In: LEÃO, Lúcia (org.) **O chip e o caleidoscópio**: Reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Senac, 2005.

MARCONDES, Carlos Henrique; GOMES, Sandra Lúcia Rebel. O impacto da internet nas bibliotecas brasileiras**. Transinformação**, Campinas, v. 9, n. 2, p.57-68, set. 1997. Quadrimestral. Disponível em: <https://seer.sis.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/viewFile/1584/1556>. Acesso em: 01 jun. 2018.

MARCONI, M. LAKATOS, E. M. A**. Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 1995.

MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 314 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia científica.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola, 2008. 296 p.

MARGAIX ARNAL, D. Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. **El profesional de la información,** v.16, n.2, p.95-106, 2007. Disponível em: http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2007/marzo/ 02.pdf. acesso em : 26 fev. 2017.

MARTÍN BARBERO, Jesús. **Dos meios as mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 5.ed.-. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995, 369 p.

MARTÍN BARBERO, Jesús. Prácticas de comunicaciónenla cultura popular: mercados, plazas, cementerios y lugares de ocio. En M. **Simpson (Comp.), Comunicaciónalternativa y cambio social**. México: UNAM. 1981. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/6334231/Practicas-de-comunicacion-en-la-cultura-popular-mercados-plazas-cementerios-y-espacios-de-ocio>. Acesso: 29 jan. 2018.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. Metodologia **da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 247 p.

MATIAS-PEREIRA, José**. Manual de metodologia da pesquisa científica**. 3. ed. rev. São Paulo, Atlas, 2012. 196 p.

MATOS, Daniela; MIGLIANO, Milene. Intervenções Urbanas Juvenis e a Constituição de Territórios Simbólicos de Resistência no Centro de BH. **Ponto Urbe [En línea],** 7 | 2010, dez. 2010. DOI : 10.4000/pontourbe.1656. Disponível em: <http://journals.openedition.org/pontourbe/1656>. Acesso em: 31 jan. 2018.

MCLUHAN, Herbert Marshall. O meio é a mensagem. In:_____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo, Cultrix, 1969. p. 9-37. mídia pela população brasileira. Brasília : Secom, 2016. 162 p. Disponível em: <file:///C:Downloads/Pesquisa Brasileira de Mídia - PBM 2016.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2017.

MILANESI, Luis. **Biblioteca**. Cotia: Ateliê Ed., c2002. 116 p.

MONTEIRO, S. D. **O ciberespaço**: o termo, a definição e o conceito. DataGramaZero, v. 8, n. 3, p. 1-20, 2007. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/4482>. Acesso em: 20 Maio 2018.

MORIGI, V. J.; PAVAN, C. Tecnologias de informação e comunicação: novas sociabilidades nas biblioteca universitárias. **Ci. Inf.,** Brasília, v. 33, n. 1, p. 117-125, jan./abr. 2004. Disponível em: http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/72/69. Acesso em: 03 nov. 2017.

MUNIZ, Euzebia Maria de Pontes Targino. Comunicar e interagir em novos espaços: o uso das mídias sociais no Sistema de Bibliotecas da UFRN. 2014. 108 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação midiática: práticas sociais e produção de sentido) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014. Disponivel em: < https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/16428>. Acesso em: 05 jul. 2017.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO E DO PONTO BR. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros :Tic cultura 2016**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017. Disponível em: https://cgi.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_CULT_2016_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 03 fev. 2018.

NUNES, Martha Suzana Cabral; CARVALHO, Kátia de. **As bibliotecas universitárias em perspectiva histórica**: a caminho do desenvolvimento durável. Perspectivas em Ciência da Informação, [S.l.], v. 21, n. 1, p. 173-193, mar. 2016. ISSN 19815344. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/2572/1708>. Acesso em: 16 out. 2017.

O'REILLY, Tim. **Web 2.0**: compact definition?. 2005. Disponível em:<http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html >. Acesso em: 03 mar. 2017.

PEREIRA, M. **Comunicação, representação e práticas sociais**. Rio de Janeiro: Idéias e Letras/PUC-RJ, 2004. p. 13 -26.
Pesquisa brasileira de mídia 2016 : hábitos de consumo de

PRADO, Jorge Moisés Kroll do; CORREA, Elisa Cristina Delfini. Bibliotecas universitárias e presença digital: estabelecimento de diretrizes para o uso de mídias sociais. **Perspect. ciênc. inf.,** Belo Horizonte , v. 21, n. 3, p. 165-181, Sept. 2016 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-

99362016000300165&lng=en&nrm=iso>. access on 23 May 2018. http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/2733

PRIMO, Alex. O que há de social nas mídias sociais? Reflexões a partir da Teoria Ator-Rede. **Contemporanea** (UFBA. Online), v. 10, n.3, p. 618-641, 2012. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6800/4681>. Acesso em: 03 nov. 2017.

RAMALHO, José Antônio A. **Midias sociais na prática**. Rio de Janeiro: Campus, 2010. 246p.

RANGANATHAN, S.r.. **As Cinco leis da biblioteconomia**. Brasília: Briquet de Lemos, 2009. 336 p.

RECUERO, Raquel da Cunha. A internet e a nova revolução na comunicação mundial. 2000. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/revolucao.htm>. Acesso em: 27 nov. 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. Sobre sites de redes sociais. In:_____. **Redes sociais na internet.** 2.ed. rev. ampl. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 178-187.

REED, Jon. **Marketing online**: como usar sites, blogs, redes sociais e muito mais. São Paulo: Latafone, 2012.

REZENDE, Laura Vilela Rodriges; MARTINS, Dalton Lopes; SILVA, Marcel Ferrante. Mídias sociais em tempos de bibliotecas 2.0: um estudo em Bibliotecas das instituições federais de ensino brasileiras trazendo perspectivas futuras para a preservação digital**. RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 14, n. 3, p. 484-500, set. 2016. ISSN 1678-765X. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8646312>. Acesso em: 15 jun. 2018. doi:https://doi.org/10.20396/rdbci.v14i3.8646312.

RIBEIRO, Adriana; LEITE, Ramon Silva; LOPES, Humberto Elias Garcia. Análise do uso das redes sociais em bibliotecas universitárias brasileiras. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 12, n. 3, p. 5-27, set. 2014. ISSN 1678-765X. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1591>. Acesso em: 15 jun. 2018. doi:https://doi.org/10.20396/rdbci.v12i3.1591.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RIEDER, B. Studying Facebook via data extraction: the Netvizz application. In: **Proceedings of the 5th annual ACM web science conference**. ACM, 2013. p. 346-355. Disponível:

<https://pdfs.semanticscholar.org/ab63/7636582313fddb4de8ed6c37fb44ce447d15.pdf.> . acesso em: 20 ago 2017.

RIEDER; R. et al.O fim do virtual: os métodos digitais. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 10, n. 3, p.1-34, 2017. Quadrimestral. Disponível em: <https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/644/468>. Acesso em: 30 jan. 2018.

ROGERS, Richard. O fim do virtual: os métodos digitais. Lumina, Juiz de Fora, v. 10, n. 3, p.1-34, 2017. Quadrimestral. Disponível em: <https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/644/468>. Acesso em: 30 nov. 2016.

ROYER, Marlene Ferreira; MIANI, Rozinaldo Antonio; FIGUEIREDO, Daniel Oliveira. Uma análise sobre a formação discursiva na comunicação organizacional do Sesi: o discurso da educação, saúde e trabalho na revista Sesinho. **Discursos Fotograficos**, [s.l.], v. 12, n. 21, p.220-250, 20 dez. 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/316901118_Uma_analise_sobre_a_formacao_discursiva_na_comunicacao_organizacional_do_Sesi_o_discurso_da_educacao_saude_e_trabalho_na_revista_Sesinho>. Acesso em: 29 jan. 2018.

SANTAELLA, Lúcia. **Da** cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós humano. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 22, Dez., 2003. Disponível em: http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3229/2493>. Acesso em: 26 fev. 2017.

SANTOS, Alexandra; ANDRADE, António. Bibliotecas universitárias portuguesas no universo da web 2.0**. Encontros Bibli,** Florianópolis, n. esp., p. 116-131, 2o sem. 2010. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/16586/>. Acesso em: 22 nov. 2017.

SCHNEIDER, Thaissa. **Textualidade nas mídias sociais e a interação empresa-cliente:** um estudo da sociabilidade nas páginas corporativas do facebook. 2013. 183 fls. Dissertação de mestrado (mestrado em design) - centro de artes. Universidade do Estado de Santa Catarina. Programa de Pós graduação em Design, Florianopolis, 2013.

SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. ANÁLISE DE CONTEÚDO: EXEMPLO DE APLICAÇÃO DA TÉCNICA PARA ANÁLISE DE DADOS QUALITATIVOS. **Qualitas Revista Eletrônica,** [S.l.], v. 16, n. 1, maio 2015. ISSN 1677-4280. Disponível em: <http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/view/2113/1403>. Acesso em: 04 feb. 2018. doi:http://dx.doi.org/10.18391/qualitas.v16i1.2113..

SILVA, Jane Quintiliano Guimarães. **Um estudo sobre o gênero carta pessoal: das práticas comunicativas aos indícios de interatividade na escrita dos textos**. 2002. 209 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Letras – Estudos Lingüísticos, Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2002. Disponível em: <

http://www.letras.ufmg.br/padrao_cms/documentos/profs/romulo/UM%20estudo%20sobre%20o%20g%C3%AAnero%20carta%20pessoal%20de%20JANE%20QUINTILIANO.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2018.

SILVA, Marcela Regina Vasconcelos da. **Avaliação de rede de ensino superior: uma análise da abordagem de gêneros nas questões discursivas do ENADE**. 2009. 157 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2009. Disponível em: <http://tede.biblioteca.ufpb.br:8080/handle/tede/7694>. Acesso em: 17 jan. 2018.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004. 456 p.

SOUSA, M. W. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo, Brasiliense, 1995.

SOUZA JÚNIOR, Marcílio Barbosa Mendonça de; DE MELO, Marcelo Soares Tavares; SANTIAGO, Maria Eliete. A análise de conteúdo como forma de tratamento dos dados numa pesquisa qualitativa em Educação Física escolar. **Movimento** (ESEFID/UFRGS), Porto Alegre, v. 16, n. 3, p. 29-47, jun. 2010. ISSN 1982-8918. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/11546>. Acesso em: 16 jul. 2017. doi:http://dx.doi.org/10.22456/1982-8918.11546.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais**. São Paulo: M. Books, 2011.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para entender as teorias da comunicação.** Uberlândia,MG: Aspectus, 2009. 175 p.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. 261 p.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 3.ed. - Petrópolis, RJ: Vozes, 1998. 261 p.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. 427 p.

TRIPATHI, M., KUMAR, S. Use of Web 2.0 tools in academic libraries: A reconnaissance of the international landscape. **International Information & Library Review**, [S.L.], n. 42, p. 195-207, 2010. Disponível em: <https://www-sciencedirect-com.ez49.periodicos.capes.gov.br/science/article/pii/S1057231710000445?via%3Dihub>. Acesso em: 26 fev. 2017.

TWITTER. **Sobre o Twitter**. 2018. Disponível em: <https://about.twitter.com/pt.html>. Acesso em: 27 maio 2018.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (UnB). Biblioteca Central. Fale conosco. 2017. Disponível em: < https://www.bce.unb.br/fale-conosco/>. Acesso em: 20 dez. 2017.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS (UFPeL). Biblioteca Campus Porto. “Seleção de estagiário - Curso Administração ou Economia”. 09 ago. 2017. Post do

Facebook Disponível em: <https://www.Facebook.com/BibCP/posts/1887728247910297>. Acesso em: 15 maio 2018.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MATO GROSSO DO SUL (UFMS). **Página inicial**. 2017. Disponível em: <https://www.ufms.br/>. Acesso em: 20 dez. 2017.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARA (UFPA). Biblioteca Setorial do Instituto de Ciências da Saúde – ICS. “Dia internacional da enfermagem”. 12 maio 2017. Post do Facebook. Disponível em: <https://www.Facebook.com/Biblioteca.ICS.UFPA/posts/826804627471548:0>. Acesso em: 15 maio 2018.

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (UFF). Biblioteca da Escola de Enfermagem. “UNA-SUS lança novo curso de saúde indígena[...]”. 24 set. 2017. Post do Facebook. Disponível em: <https://www.Facebook.com/bib.e.uff/posts/1495942180496792>. Acesso em: 15 maio 2018.

VALENCIA, Juan Carlos; MAGALLANES, Claudia. Prácticas comunicativas, creatividad y nuevosdesafíos. **Universitas Humanística**, [s.l.], v. 81, n. 81, p.15-31, 24 nov. 2015. Disponível em: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/viewFile/14885/12020>. Acesso em: 31 jan. 2018.
verbal. Trad. Maria Ermantina Galvão Gomes e Pereira. São Paulo: Martins Fontes,1992. p. 277-326.

WE ARE SOCIAL (England). **Digital in 2018**: we are social's compendiun of global digital, and mobile data, trends and statistics. 2018. Disponível em:http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016>. Acesso em: 03 fev. 2018.

YOUTUBE. **Sobre *youtube***. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/>. Acesso em: 25 maio 2018.

ZAIDAN, T. E. As mídias digitais online no contexto da comunicação organizacional das bibliotecas. **BIBLOS -** Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação, v. 30, n. 2, 2016. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/22894>.

APÊNDICE A – UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS

REGIÃO CENTRO - OESTE	Fundação Universidade Federal Da Grande Dourados (UFGD)
	Universidade De Brasília (UnB)
	Universidade Federal De Goiás (UFG)
	Universidade Federal De Mato Grosso (UFMT)
	Universidade Federal De Mato Grosso Do Sul (UFMS)
REGIÃO NORDESTE	Fundação Universidade Federal Do Vale Do São Francisco (UNIVASF)
	Universidade Da Integração Internacional Da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB)
	Universidade Federal Da Bahia (UFBA)
	Universidade Federal Da Paraíba (UFPB)
	Universidade Federal De Alagoas (UFAL)
	Universidade Federal De Campina Grande (UFCG)
	Universidade Federal De Pernambuco (UFPE)
	Universidade Federal De Sergipe (UFS)
	Universidade Federal Do Cariri (UFCA)
	Universidade Federal Do Ceará (UFC)
	Universidade Federal Do Maranhão (UFMA)
	Universidade Federal Do Oeste Da Bahia (UFOB)
	Universidade Federal Do Piauí (UFPI)
	Universidade Federal Do Recôncavo Da Bahia (UFRB)
	Universidade Federal Do Rio Grande Do Norte (UFRN)
	Universidade Federal Do Sul Da Bahia (UFESBA)
	Universidade Federal Rural De Pernambuco (UFRPE)
	Universidade Federal Rural Do Semi-Árido (UFERSA)
REGIÃO NORTE	Fundação Universidade Federal De Rondônia (UNIR)
	Fundação Universidade Federal Do Tocantins (UFT)
	Universidade Federal De Roraima (UFRR)
	Universidade Federal Do Acre (UFAC)
	Universidade Federal Do Amapá (UNIFAP)
	Universidade Federal Do Amazonas (UFAM)
	Universidade Federal Do Oeste Do Pará (UFOPA)
	Universidade Federal Do Pará (UFPA)
	Universidade Federal Do Sul E Sudeste Do Pará (UNIFESSPA)
	Universidade Federal Rural Da Amazônia (UFRA)
REGIÃO SUL	Fundação Universidade Federal De Ciências Da Saúde De Porto Alegre (UFCSPA)
	Fundação Universidade Federal Do Pampa - (UNIPIPAMPA)
	Universidade Federal Da Fronteira Sul (UFFS)
	Universidade Federal Da Integração Latino-Americana (UNILA)
	Universidade Federal De Pelotas (UFPEL)

	Universidade Federal De Santa Catarina (UFSC)
	Universidade Federal De Santa Maria (UfSM)
	Universidade Federal Do Paraná (UFPR)
	Universidade Federal Do Rio Grande (FURG)
	Universidade Federal Do Rio Grande Do Sul (UFRGS)
	Universidade Tecnológica Federal Do Paraná (UTFPR)
REGIÃO SUDESTE	Fundação Universidade Federal Do Abc (UFABC)
	Universidade Federal De Alfenas (UNIFAL-MG)
	Universidade Federal De Itajubá - Unifei (UNIFEI)
	Universidade Federal De Juiz De Fora (UFJF)
	Universidade Federal De Lavras (UFLA)
	Universidade Federal De Minas Gerais (UFMG)
	Universidade Federal De Ouro Preto (UFOP)
	Universidade Federal De São Carlos (UFSCAR)
	Universidade Federal De São João Del Rei (UFSJ)
	Universidade Federal De São Paulo (UNIFESP)
	Universidade Federal De Uberlândia (UFU)
	Universidade Federal De Viçosa (UFV)
	Universidade Federal Do Espírito Santo (UFES)
	Universidade Federal Do Estado Do Rio De Janeiro (UNIRIO)
	Universidade Federal Do Rio De Janeiro (UFRJ)
	Universidade Federal Do Triângulo Mineiro (UFTM)
	Universidade Federal Dos Vales Do Jequitinhonha E Mucuri (UFVJM)
	Universidade Federal Fluminense (UFF)
	Universidade Federal Rural Do Rio De Janeiro (UFRRJ)

APÊNDICE B – QUANTIDADE DE BIBLIOTECAS POR UNIVERSIDADE

Região	Instituição (IES)	Site da Universidade	O site da biblioteca direcionado pela página inicial da universidade	Tem sistema de bibliotecas	Qtd de bibliotecas
Centro-Oeste	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS (UFGD)	https://www.ufgd.edu.br/	https://www.ufgd.edu.br/setor/biblioteca	Não localizado	3
	UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (UNB)	http://www.unb.br/	http://www.bce.unb.br/	Sim	6
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS (UFG)	https://www.ufg.br/	https://bc.ufg.br/	Sim	10
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO (UFMT)	http://www.ufmt.br/ufmt/site/	http://www.ufmt.br/ufmt/unidade/index.php/secao/siteAlt/1088/1085/BIBLIOTECA	Sim	5
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL (UFMS)	https://www.ufms.br/	Tem um link na página inicial da universidade que direciona para a página da biblioteca central https://biblioteca.ufms.br/	Sim	10
Nordeste	UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA (UNILAB)	http://www.unilab.edu.br/como-surgiu/	http://www.unilab.edu.br/biblioteca-universitaria-unilab/	Sim	3
	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO VALE DO SÃO FRANCISCO (UNIVASF)	http://portais.univasf.edu.br/	http://portais.univasf.edu.br/sibi	Sim	6
	UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA)	https://www.ufba.br/	não está visivel na página, diferentemente das outras universidade. O link para o sistema de bibliotecas está dentro da aba pesquisa. https://sibi.ufba.br/	Sim	21
	UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)	http://www.ufpb.br/	http://www.biblioteca.ufpb.br/	Sim	21
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)	http://www.ufal.edu.br/	http://www.sibi.ufal.br/	Sim	13

	UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE (UFCG)	http://www.ufcg.edu.br/index1.php	http://www.ufcg.edu.br/~biblioteca/	Sim	9
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)	https://www.ufpe.br/	https://www3.ufpe.br/sib/	Sim	14
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE (UFS)	http://www.ufs.br/	http://bibliotecas.ufs.br/pagina/152-bibliotecas-da-ufs	Sim	7
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI (UFCA)	https://www.ufca.edu.br/portal/	https://www.ufca.edu.br/portal/sibi	Sim	5
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	http://www.ufc.br/	http://www.ufc.br/biblioteca/biblioteca-universitaria	Sim	20
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO (UFMA)	http://portais.ufma.br/PortalUfma/index.jsf	http://portais.ufma.br/PortalUnidade/nib/	Sim	17
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA (UFOB)	https://ufob.edu.br/	Existe um link na página inicial da Universidade, mas direciona direto para a busca ao catalogo. http://pergamum.ufob.edu.br/biblioteca/index.php	Não localizado	5
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ (UFPI)	http://www.ufpi.br/	http://ufpi.br/biblioteca	Sim	10
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA (UFRB)	https://ufrb.edu.br/portal/	https://ufrb.edu.br/portal/bibliotecas-e-acervos	Sim	6
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (UFRN)	http://www.ufrn.br/	http://www.sisbi.ufrn.br/ http://sisbi.ufrn.br/bczm/index.php	Sim	23
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO SUL DA BAHIA (UFSBA)	http://www.ufsb.edu.br/	não foi localizado nenhuma informação sobre a biblioteca no site na universidade	Não localizado	informação não localizada
	UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO (UFRPE)	http://www.ufrpe.br/br	http://www.sib.ufrpe.br/	Sim	5
	UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO (UFERSA)	https://ufersa.edu.br/	https://bibliotecas.ufersa.edu.br/	Sim	4
Norte	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA (UNIR)	https://www.unir.br/	http://www.bibliotecacentral.unir.br/	Não localizado	8
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA (UFRR)	http://ufrr.br/	http://www.bc.ufrr.br/	Não localizado	3

	UNIVERSIDADE FEDERAL DO ACRE (UFAC)	http://www.ufac.br/	http://www.ufac.br/site/nucleos/biblioteca-central-1	Não localizado	17
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ (UNIFAP)	http://www.unifap.br/public/	http://www2.unifap.br/biblioteca/	Não localizado	3
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS (UFAM)	http://www.ufam.edu.br/	http://biblioteca.ufam.edu.br/	Sim	13
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ (UFOPA)	http://www.ufopa.edu.br/	http://www.ufopa.edu.br/institucional/suplementares/sistema-de-biblioteca-da-ufopa	Sim	7
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ (UFPA)	https://portal.ufpa.br/	http://bc.ufpa.br/	Sim	36
	UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA (UFRA)	https://novo.ufra.edu.br/	http://www.portalbiblioteca.ufra.edu.br/	Não localizado	6
	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS (UFT)	http://ww2.uft.edu.br/	http://ww2.uft.edu.br/gestao/orgaos-complementares/11047-sisbib	Sim	8
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO SUL E SUDESTE DO PARÁ (UNIFESSPA)	https://www.unifesspa.edu.br/	https://sibi.unifesspa.edu.br/	Sim	6
Sul	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE CIÊNCIAS DA SAÚDE DE PORTO ALEGRE (UFCSPA)	https://www.ufcspa.edu.br/	https://www.ufcspa.edu.br/biblioteca/	Não	1
	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - UNIPAMPA (UNIPAMPA)	http://novoportal.unipampa.edu.br/novoportal/	http://porteiras.r.unipampa.edu.br/portais/sisbi/	Sim	10
	UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL (UFFS)	https://www.uffs.edu.br/	https://www.uffs.edu.br/campi/chapeco/biblioteca/biblioteca-do-campus	Sim	6
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS (UFPEL)	http://portal.ufpel.edu.br/	http://wp.ufpel.edu.br/sisbi/	Sim	9
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC)	http://ufsc.br/	http://portal.bu.ufsc.br/	Sim	12
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)	http://site.ufsm.br/	http://w3.ufsm.br/biblioteca/	Sim	13
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE (FURG)	https://www.furg.br/	http://biblioteca.furg.br/index.php/gestao	Sim	8
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS)	http://www.ufrgs.br/ufrgs/inicial	https://www.ufrgs.br/bibliotecas/ e https://www.ufrgs.br/bibliotecacentral/	Sim	32

	UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ (UTFPR)	http://www.utfpr.edu.br/	http://www.utfpr.edu.br/dibib	Sim	13
	UNIVERSIDADE FEDERAL DA INTEGRAÇÃO LATINO-AMERICANA (UNILA)	https://www.unila.edu.br/	https://www.unila.edu.br/biunila	Não localizado	2
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)	http://www.ufpr.br/portalufpr/	http://www.portal.ufpr.br/	Sim	20
Sudeste	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO ABC (UFABC)	http://www.ufabc.edu.br/	http://portal.biblioteca.ufabc.edu.br/	Sim	2
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALFENAS (UNIFAL-MG)	http://www.unifal-mg.edu.br/portal/	http://www.unifal-mg.edu.br/bibliotecas/	Sim	4
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF)	http://www.ufjf.br/ufjf/	http://www.ufjf.br/biblioteca/	Sim	19
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)	http://www.ufla.br/portal/	http://www.biblioteca.ufla.br/	Não	1
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)	https://www.ufmg.br/	https://www.bu.ufmg.br/bu/	Sim	27
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO (UFOP)	http://www.ufop.br/	http://www.sisbin.ufop.br/novoportal/	Sim	12
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS (UFSCAR)	http://www2.ufscar.br/	http://www.bco.ufscar.br/	Sim	4
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL REI (UFSJ)	https://www.ufsj.edu.br/	http://www.dibib.ufsj.edu.br/site/	Sim	6
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO (UNIFESP)	http://www.unifesp.br/	http://www.unifesp.br/reitoria/bibliotecas/	Sim	7
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA (UFU)	http://www.ufu.br/	https://www.bibliotecas.ufu.br/	Sim	8
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA (UFV)	https://www.ufv.br/	http://www.bbt.ufv.br/	Sim	3
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO (UFES)	http://www.ufes.br/	http://www.biblioteca.ufes.br/	Sim	8
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (UNIRIO)	http://www.unirio.br/	http://www.unirio.br/news/bibliotecacentral	Sim	9
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)	https://ufrj.br/	http://www.sibi.ufrj.br/	Sim	46
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO	http://www.uftm.edu.br/	http://www.uftm.edu.br/biblioteca	Sim	3

	TRIÂNGULO MINEIRO (UFTM)				
	UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI (UFVJM)	http://www.ufvjm.edu.br/	http://www.ufvjm.edu.br/biblioteca/	Sim	5
	UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (UFF)	http://www.uff.br/	http://www.bibliotecas.uff.br/bcg	Sim	29
	UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO (UFRRJ)	http://portal.ufrrj.br/	http://institucional.ufrrj.br/biblioteca/	Não	4
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ - UNIFEI (UNIFEI)	https://unifei.edu.br/	https://sites.google.com/site/bunifeitabira/	Não localizado	2
				TOTAL	**655**

APÊNDICE C – BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS QUE USAM MÍDIAS SOCIAIS

Região	Instituição (IES)	Nome da Biblioteca
Centro-Oeste	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS (UFGD)	Biblioteca Central
	UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (UNB)	Biblioteca Central
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO (UFMT)	Biblioteca central campus cuiaba
		Biblioteca Regional do Campus Universitário de Rondonópolis
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL (UFMS)	Biblioteca central
		Biblioteca setorial Campus de Aquidauana. Biblioteca Dr. José Fontanilhas Fragelli
		Biblioteca setorial Campus de Chapadão do Sul.
		Biblioteca setorial Campus de Ponta Porã.
Nordeste	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO VALE DO SÃO FRANCISCO (UNIVASF)	Biblioteca Campus Senhor do Bonfim.
	UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA)	Biblioteca Teixeira de Freitas da Faculdade de Direito.
	UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)	Biblioteca Central - BC
		Centro de Ciências Exatas e da Natureza - BS/CCEN
		A Biblioteca Setorial Prof. Vanildo Brito Centro de Ciências Humanas Letras e Artes - BS/CCHLA
		Centro Ciências da Saúde - BS/CCS
		Centro de Ciências Sociais e Aplicadas - BS/CCSA
		Centro de Informática - BS/CI
		Centro de Tecnologia - BS/CT
		Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional - BS/CTDR
		Hospital Universitário - BS/HU
		Centro de Ciências Agrárias – Areia - BS/CCA
		Centro de Ciências Humanas, Sociais e Agrárias - BS/CCHSA
		Centro de Ciências Aplicadas e Educação - Rio Tinto - BS/CCAE
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)	Biblioteca Central e Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Alagoas (SIBI/UFAL)
		Biblioteca setorial Câmpus Arapiraca
		Biblioteca setorial Polo Penedo
		Biblioteca setorial Polo Viçosa
		Biblioteca setorial Polo Santana

		Biblioteca setorial de CECA
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE (UFCG)	Biblioteca Central da UFCG
		Biblioteca Setorial Tereza Brasileiro - CCBS - Campus de Campina Grande
		Biblioteca Setorial do Campus de Pombal
		Biblioteca Setorial do Campus de Cuité
		Biblioteca Setorial do Campus de Patos cstr
		Biblioteca Setorial do Campus de Sousa
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)	Biblioteca central
		Biblioteca do Centro de Ciências Biológicas (CCB)
		Biblioteca do Centro de Educação (CE)
		Biblioteca do Centro de Filosofia e Ciências Humanas (CFCH)
		Biblioteca do Centro de Ciências da Saúde (CCS). Biblioteca Professora Suzana Schmidt
		Biblioteca do Centro de Ciências Exatas e da Natureza (CCEN)
		Biblioteca do Centro Acadêmico de Vitória (CAV)
		Biblioteca Reitor Edinaldo Bastos - Centro de Ciências Sociais e Aplicadas (CCSA)
		Biblioteca do Centro Acadêmico do Agreste (CAA)
		Biblioteca do Colégio de Aplicação (CAP)
		Biblioteca do Núcleo de Ciências da Vida - NCV (CAA)
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE (UFS)	BICEN: biblioteca central
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI (UFCA)	Biblioteca do Campus do Crato
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)	Biblioteca Universitária
		Biblioteca Central do Campus do Pici
		Biblioteca da Faculdade de Direito
		Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade
		Biblioteca de Ciências da Saúde
		Biblioteca de Ciências Humanas
		Biblioteca de Medicina de Sobral
		Biblioteca de Pós-Graduação em Economia Agrícola
		Biblioteca de Pós-Graduação em Engenharia
		Biblioteca do Campus de Crateús
		Biblioteca do Campus de Quixadá

		Biblioteca do Campus de Russas
		Biblioteca do Curso de Arquitetura
		Biblioteca do Curso de Matemática
		Biblioteca do Museu de Arte
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO (UFMA)	Biblioteca central
		Biblioteca do Centro de Ciências Exatas e Tecnologia (BT)
		Biblioteca do Centro de Ciências Humanas (BN)
		Biblioteca de Pós-Graduação em Ciências Sociais (BG)
		Biblioteca de Pós-Graduação em Direito (BJ)
		Biblioteca do Campus de Bacabal (BB)
		Biblioteca do Campus de Balsas (BO)
		Biblioteca do Campus de Codó (BD)
		Biblioteca do Campus de Grajaú (BR)
		Biblioteca de Imperatriz - Centro (BI)
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA (UFOB)	Biblioteca universitária de barreiras
		Biblioteca universitária de Santa Maria da Vitória
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ (UFPI)	Biblioteca Setorial do Campus Prof. Cândido Athayde (Parnaíba)
		Biblioteca Setorial do Campus Senador Helvídio Nunes (Picos)
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA (UFRB	Biblioteca Universitária de Amargosa (CFP)
		Biblioteca Universitária de Santo Amaro (CECULT)
		Biblioteca Universitária de Santo Antônio de Jesus (CCS)
		Biblioteca Universitária de Feira de Santana (CETENS)
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (UFRN)	BCZM - Biblioteca Central Zila Mamede.
		BS-CCHLA - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes - CCHLA.
		BS-CCS - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências da Saúde - CCS.
		BSE-EQ. - Biblioteca Setorial Prof. Horácio Nicolas Solimo - Engenharia Química - CT.
		BSE-EMUFRN - Biblioteca Setorial Pe. Jaime Diniz - Escola de Música - EMUFRN.
		BSE-ODONT. - Biblioteca Setorial Prof. Alberto Moreira Campos - Departamento de Odontologia.

		BS-FACISA - Biblioteca Setorial da Faculdade Integrada de Ciências da Saúde do Trairi (FACISA) - Santa Cruz.
		BS-EMCM/RN - Biblioteca Setorial Dr. Paulo Bezerra - EMCM/RN.
		BSE-DEART – Biblioteca Setorial do Departamento de Artes - DEART.
	UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO (UFRPE)	iblioteca do Colégio Agrícola Dom Agostinho Ikas - CODAI
		Biblioteca Unidade Acadêmica de Garanhuns (UAG)
		biblioteca da Unidade Acadêmica de Serra Talhada (UAST)
		Coordenação da Biblioteca Orlando Teixeira (BOT)
		Coordenação da Biblioteca Campus Angicos (BCA)
		Coordenação da Biblioteca Campus Caraúbas (BCC)
		Coordenação da Biblioteca Campus Pau dos Ferros (BCP)
Norte	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA (UNIR)	Biblioteca Central Prof. Roberto Duarte Pires
		Biblioteca Prof. Gerson Flôres do Nascimento
		Biblioteca Dhiego Albares Passamani - Cacoal
		Biblioteca Setorial Fernando Pessoa
	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS (UFT)	Biblioteca do Câmpus de Araguaína / EMVZ
		Biblioteca do Câmpus de Palmas - "Professor José Torquato Carolino"
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA (UFRR)	Biblioteca Central Maria Auxiliadora de Souza Melo
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO ACRE (UFAC)	Biblioteca Central Ruy Alberto Costa Lins
		Biblioteca xapuri
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ (UNIFAP)	Biblioteca central da unifap
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS (UFAM)	Biblioteca Setorial do Setor Norte - BSSN
		Biblioteca Setorial de Ciências Exatas e Engenharias - BSCEE
		Biblioteca Setorial do Setor Sul - BSSS
		Biblioteca Setorial da Escola de Enfermagem de Manaus "Rosaly Rodrigues Taborda" – BSEEM
		Biblioteca Setorial de Ciências da Saúde Professor "Manoel Bastos Lira"- BSCS
		Biblioteca Setorial da Faculdade de Direito - Bibliotecária "Marieth Neves"- BSFD

		Biblioteca Setorial do Museu Amazônico - BSMA
		Biblioteca do Instituto de Ciências Exatas e Tecnologia - BICET
		Biblioteca do Instituto de Saúde e Biotecnologia - BISB
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ (UFOPA)	Biblioteca Campus de Oriximiná
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ (UFPA)	Universidade Federal do Pará Biblioteca Central Prof. Dr. Clodoaldo Beckmann
		Escola de Aplicação (EA)
		Faculdade de Odontologia
		Programa de Pós-Graduação em Artes (PPGARTES)
		Instituto de Ciências da Saúde (ICS)
		Instituto de Letras e Comunicação (ILC)
		Instituto de Geociências (IG)
		Instituto de Tecnologia (ITEC)
		Campus de Castanhal
		Campus de Marajó - Soure
		Campus de Tocantins(Cametá)
		Campus de Tucurui
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO SUL E SUDESTE DO PARÁ (UNIFESSPA)	Biblioteca de Xinguara
	UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA (UFRA)	Biblioteca Central da Universidade Federal Rural da Amazônia lourenço jose tavares vieira da silva
		biblioteca do Campus de Capitão Poço
Sul	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE CIÊNCIAS DA SAÚDE DE PORTO ALEGRE (UFCSPA)	Biblioteca Paulo Lacerda de Azevedo
	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - UNIPAMPA (UNIPAMPA)	Biblioteca Campus Alegrete
		Biblioteca Campus Caçapava do Sul
		Biblioteca Campus Dom Pedrito
		Biblioteca Campus Itaqui
		Biblioteca Campus Jaguarão
		Biblioteca Campus Santana do Livramento
		Biblioteca Campus São Borja
		Biblioteca Campus Uruguaiana
	UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL (UFFS)	Biblioteca do Campus Chapecó
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS	Biblioteca de Ciência & Tecnologia

	(UFPEL)	(BCT)
		Biblioteca de Ciências Agrárias (BCA)
		Biblioteca de Ciências Sociais (BCS)
		Biblioteca de Direito (BD)
		Biblioteca de Educação Física (BEF)
		Biblioteca de Medicina (BibMed)
		Biblioteca de Odontologia (BO)
		Biblioteca do Campus Porto (BCP)
		Biblioteca do Lyceu (BL)
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC)	BSCA – BIBLIOTECA SETORIAL DO COLÉGIO DE APLICAÇÃO
		BSARA – BIBLIOTECA SETORIAL DO CAMPUS DE ARARANGUÁ
		BSBLU – BIBLIOTECA SETORIAL DO CAMPUS DE BLUMENAU
		BSCUR – BIBLIOTECA SETORIAL DO CAMPUS DE CURITIBANOS
		BSJOI – BIBLIOTECA SETORIAL DO CAMPUS DE JOINVILLE
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)	Biblioteca Central (BC)
		Biblioteca Setorial do Centro de Artes e Letras (BSCAL)
		Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Sociais e Humanas (BSCCSH)
		Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Naturais e Exatas (BSCCNE)
		Biblioteca Setorial do Centro de Tecnologia (BSCT)
		Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Rurais (BSCCR)
		Biblioteca Setorial do Centro de Educação Física e Desporto (BSCEFD)
		Biblioteca Setorial do Campus de Cachoeira do Sul (BSCS)
		Biblioteca Setorial do Campus de Frederico Westphalen (BSFW)
		Biblioteca Setorial do Campus de Palmeira das Missões (BSPM)
		Biblioteca Setorial do Colégio Industrial de Santa Maria (BSCTISM)
		Biblioteca Setorial do Colégio Politécnico
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)	Biblioteca de Ciências Agrárias (AG)
		Biblioteca de Ciências Biológicas (BL)
		Biblioteca de Artes, Comunicação e Design/Cabral (CA)
		Biblioteca de Ciências Florestais e da Madeira (CF)
		Biblioteca de Ciências Humanas (CH)
		Biblioteca de Ciência e Tecnologia (CT)

		Biblioteca de Educação Profissional e Tecnológica (ET)
		Biblioteca de Ciências Jurídicas (JU)
		Biblioteca do Campus Rebouças (RB)
		Biblioteca de Ciências Sociais Aplicadas (SA)
		Biblioteca de Ciências da Saúde - Sede Botânico (SB)
		Biblioteca de Ciências da Saúde (SD)
		Biblioteca do Centro de Estudos do Mar (CEM)
		Biblioteca da UFPR Litoral (LIT)
		Biblioteca da UFPR Palotina (PA)
		Biblioteca do Campus Jandaia do Sul (JS)
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE (FURG)	Biblioteca Setorial da Área Acadêmica da Saúde
		Biblioteca Setorial Câmpus Santo Antônio da Patrulha
		Biblioteca Setorial Câmpus São Lourenço do Sul
		Biblioteca Setorial Sala Verde Judith Cortesão
		Biblioteca Setorial da Pós-Graduação em Oceanografia
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS)	Biblioteca central
		Biblioteca da Escola de Administração
		Biblioteca da Faculdade de Agronomia
		Biblioteca da Faculdade de Arquitetura
		Biblioteca do Instituto de Artes
		Biblioteca da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação
		Biblioteca do Campus Litoral Norte
		Centro de documentaçaõ e pesquisa de saude e trabalho
		Biblioteca do Instituto de Ciências Básicas da Saúde
		Biblioteca de Ciências Sociais e Humanidades
		Biblioteca do Colégio de Aplicação
		Biblioteca da Faculdade de Direito
		Biblioteca da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança
		Biblioteca da Escola de Enfermagem

		Biblioteca da Escola de Engenharia
		Biblioteca da Faculdade de Farmácia
		Biblioteca do Instituto de Física. Biblioteca Professora Ruth de Souza Schneider
		Biblioteca da Faculdade de Medicina
		Biblioteca Depositária da Organização das Nações Unidas
		Biblioteca do Instituto de Psicologia
		Biblioteca do Instituto de Química
	UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ (UTFPR)	Biblioteca Central Utfpr-CT
		Biblioteca da UTFPR / Câmpus Apucarana
		Biblioteca campus morão
		Biblioteca de Cornélio Procópio
		Biblioteca do Campus Dois Vizinhos
		A Biblioteca da UTFPR - câmpus Londrina
		Biblioteca campus medianeira
		Biblioteca do Campus ponta Grossa
		Biblioteca campus Toledo
Sudeste	UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALFENAS (UNIFAL-MG)	Biblioteca Central Alfenas
		Biblioteca campus Varginha
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)	Biblioteca universidade federal de lavras
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)	Biblioteca Central
		Biblioteca da Escola de Arquitetura
		Biblioteca da Escola de Belas Artes. Professor Marcello de Vasconcellos Coelho
		Biblioteca da Escola de Ciência da Informação
		Carro-biblioteca - Projeto de Extensão
		Biblioteca da Escola de Engenharia
		Biblioteca da Escola de Música
		Biblioteca da Faculdade de Ciências Econômicas
		Biblioteca da Faculdade de Direito

		Biblioteca da Faculdade de Educação
		Biblioteca da Faculdade de Farmácia. Biblioteca Prof. Lair Remusat Rennó - Faculdade de Farmácia da UFMG
		Biblioteca da Faculdade de Letras
		Biblioteca da Faculdade de Odontologia
		Biblioteca do Campus Saúde
		Biblioteca do Colégio Técnico da Escola de Educação Básica e Profissional da UFMG. Biblioteca Professor Cássio Mendonça Pinto
		Biblioteca do Departamento de Química
		Biblioteca do Instituto de Geociências
		Biblioteca do Instituto de Ciências Agrárias
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO (UFOP)	BIBLIOTECA DA MEDICINA
		BIBLIOTECA DO DEMUS/DEART (Departamento de Música e Artes Cênicas)
		BIBLIOTECA DO IFAC (Instituto de Filosofia, Artes e Cultura)
		BIBLIOTECA DO ICHS (Instituto de Ciências Humanas e Sociais) Biblioteca Alphonsus de Guimaraens / UFOP
		BIBLIOTECA DO DECEA (Departamento de Ciências Exatas e Aplicadas)
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS (UFSCAR)	Biblioteca Comunitária
		Biblioteca Campus Araras (B-Ar)
		Biblioteca Campus Lagoa do Sino (B-LS)
		Biblioteca Campus Sorocaba
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL REI (UFSJ)	Biblioteca Campus Alto Paraopeba
		Biblioteca Campus Sete Lagoas
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO (UNIFESP)	Biblioteca da Escola Paulista de Medicina e Escola Paulista de Enfermagem - campus São PaulO.
		Biblioteca do Instituto do Mar - campus Baixada Santista;
		Biblioteca do Instituto de Ciências Ambientais, Químicas e Farmacêuticas - campus Diadema
		Biblioteca da Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas - campus Guarulhos
		Biblioteca da Escola Paulista de Política, Economia e Negócios - campus Osasco
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA (UFU)	Setorial Umuarama
		Setorial Escola de Educação Básica

		Setorial Monte Carmelo
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA (UFV)	Biblioteca central Professor Antonio secundino de são josé
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO (UFES)	Biblioteca Central Fernando de Castro Moraes (BC)
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (UNIRIO)	Biblioteca Infantojuvenil (BIJU)
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)	Biblioteca do Centro de Filosofia e Ciências Humanas - CFCH
		Biblioteca Marina São Paulo de Vasconcellos - Instituto de Filosofia e Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais - IFCS
		Biblioteca Francisca Keller do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social - PPGAS
		Biblioteca Carvalho de Mendonça da Faculdade Nacional de Direito
		Biblioteca Professor Maurício de Almeida Abreu do Programa de Pós-graduação em Geografia - PGG
		Biblioteca Central do Centro de Ciências da Saúde - CCS
		Biblioteca do Instituto de Microbiologia Paulo de Góes
		Biblioteca da Faculdade de Farmácia - FF
		Biblioteca Central do Centro de Ciências Matemáticas e da Natureza - CCMN
		Biblioteca Plínio Sussekind Rocha do Instituto de Física - IF
		Biblioteca Prof. Leopoldo Nachbin do Instituto de Matemática - IM
		Biblioteca Prof. Emérito Agrícola Bethlem do Instituto COPPEAD de Administração
		Biblioteca do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional - IPPUR
		Biblioteca José de Alencar da Faculdade de Letras
		Biblioteca de Obras Raras da Escola de Belas Artes
		Biblioteca do Centro de Tecnologia - CT
		Biblioteca de Obras Raras ou Antigas do Centro de Tecnologia
		Biblioteca Paulo Geyer da Escola de Química - EQ

		Biblioteca Prof. Carlos Alberto Hemais do Instituto de Macromoléculas Profª Eloísa Mano - IMA / Central Bibliográfica de Polímeros - CBP
		Biblioteca Eugenio Gudin do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas - CCJE
		Biblioteca João Ferreira da S. Filho do Instituto de Psiquiatria
		Biblioteca do Colégio de Aplicação da UFRJ - CAP
		Biblioteca do Museu Nacional
		Biblioteca do Instituto de Ginecologia
		Biblioteca Alberto Nepomuceno da Escola de Música
		Biblioteca Campus UFRJ - Macaé Professor Aloisio Teixeira
		Biblioteca do Polo de Xerém
	UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI (UFVJM)	Biblioteca Campus JK
		Biblioteca Campus I
		Biblioteca do Mucuri
		Biblioteca em Unaí
	UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (UFF)	Centro de Memória Fluminense (CEMEF)
		Biblioteca de Administração e Ciências Contábeis (BAC)
		Biblioteca da Faculdade de Direito (BFD)
		Biblioteca das Faculdades de Nutrição e Odontologia (BNO)
		Biblioteca da Faculdade de Veterinária (BFV)
		Biblioteca da Faculdade de Medicina (BFM)
		Biblioteca da Faculdade de Farmácia (BFF)
		Biblioteca da Escola de Enfermagem (BENF)
		Biblioteca Monteiro Lobato (BML)
		Biblioteca Flor de Papel (BFP)
		Biblioteca do Instituto de Matemática e Estatística (BIME)
		Biblioteca do Instituto de Física (BIF)
		Biblioteca de Pós-Graduação em Geoquímica (BGQ)

		Biblioteca do Instituto Biomédico (BIB)
		Biblioteca do Campus de Petrópolis (BCPE)
		Biblioteca da Escola de Engenharia Industrial e Metalúrgica de Volta Redonda (BEM)
		Biblioteca da Escola de Engenharia e do Instituto de Computação (BEE)
		Biblioteca do Aterrado - Volta Redonda (BAVR) |
		Biblioteca de Rio das Ostras (BRO)
		Biblioteca Central do Gragoatá (BCG)
	UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO (UFRRJ)	Biblioteca Central da UFRRJ
		Biblioteca três rios
		Biblioteca do IM/UFRRJ
	UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ - UNIFEI (UNIFEI)	Biblioteca Universitária Unifei Itabira

APÊNDICE D – BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS BRASILEIRAS QUE POSSUEM PÁGINA NO *FACEBOOK*

Nome das Bibliotecas	*Facebook*	Qtd de seguidores
Biblioteca Central	https://www.facebook.com/bibliotecacentralufgd/	1005
Biblioteca Paulo Lacerda de Azevedo	https://www.facebook.com/BibliotecaUFCSPA/	1523
Biblioteca Central Prof. Roberto Duarte Pires	https://www.facebook.com/bcunir/	1001
Biblioteca Prof. Gerson Flôres do Nascimento	https://www.facebook.com/BibliotecaAriquemesUnir/	114
Biblioteca Setorial Fernando Pessoa	https://www.facebook.com/bs05unirrm/	329
Biblioteca Campus Alegrete	https://www.facebook.com/bibliotecacampusalegrete/	729
Biblioteca Campus Caçapava do Sul	https://www.facebook.com/Biblioteca-Unipampa-Campus-Ca%C3%A7apava-do-Sul-1585087885077677/	548
Biblioteca Campus Dom Pedrito	https://www.facebook.com/BibliotecaUnipampaDomPedrito/	349
Biblioteca Campus Itaqui	https://www.facebook.com/Biblioteca-Unipampa-Campus-Itaqui-1079518228778579/	86
Biblioteca Campus Jaguarão	https://www.facebook.com/bibliotecaunipampajaguarao/	156
Biblioteca Campus Santana do Livramento	https://www.facebook.com/bibliotecaunipampalivramento/	124
Biblioteca Campus São Borja	https://www.facebook.com/Biblioteca-Unipampa-Campus-S%C3%A3o-Borja-183378455180494/	555
Biblioteca Campus Uruguaiana	https://www.facebook.com/Biblioteca-Campus-Uruguaiana-Unipampa-507993959385831/	568
Biblioteca do Câmpus de Palmas - "Professor José Torquato Carolino"	https://www.facebook.com/bibliotecauftpalmas/	347
Biblioteca Campus Senhor do Bonfim	https://www.facebook.com/Biblioteca-Sbf-Univasf-905097622942346/	263
Biblioteca Central - Campus Universitário Darcy Ribeiro	https://www.facebook.com/unb.bce/	14199
Biblioteca Teixeira de Freitas da Faculdade de Direito.	https://www.facebook.com/Biblioteca-Teixeira-de-Freitas-890359304361968/	277
Biblioteca Central - BC	https://www.facebook.com/BibliotecaCentralUFPB	3422
Centro de Ciências Exatas e da Natureza - BS/CCEN	https://www.facebook.com/Biblioteca-Setorial-do-CCENUFPB-225361970845876/	851

A Biblioteca Setorial Prof. Vanildo Brito Centro de Ciências Humanas Letras e Artes - BS/CCHLA	https://www.facebook.com/Bibliotecacchlaufpb/	79
Centro Ciências da Saúde - BS/CCS	https://www.facebook.com/BibliotecaSetorialdoCCSUFPB/	602
Centro de Ciências Sociais e Aplicadas - BS/CCSA	https://www.facebook.com/bibliotecaccsaufpb/	385
Centro de Informática - BS/CI	https://www.facebook.com/BibliotecaSetorialCIUFPB/	124
Centro de Tecnologia - BS/CT	https://www.facebook.com/bibliotecasetorialufpbbsct/	78
Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional - BS/CTDR	https://www.facebook.com/BibliotecaSetorialdoCTDRUFPB/	484
Hospital Universitário - BS/HU	https://www.facebook.com/Bibliotecas-das-Ci%C3%AAncias-da-Sa%C3%BAde-da-Universidade-Federal-da-Para%C3%ADba-1607875169425106/	115
Centro de Ciências Agrárias – Areia - BS/CCA	https://www.facebook.com/bibliotecaccaufpb/	719
Centro de Ciências Humanas, Sociais e Agrárias - BS/CCHSA	https://www.facebook.com/BibliotecaCampusIIIUFPB/	1322
Centro de Ciências Aplicadas e Educação - Rio Tinto - BS/CCAE	https://www.facebook.com/bibliotecasccae/	361
Biblioteca Central	https://www.facebook.com/Biblioteca-Central-da-UFAL-438890549559664/	251
Biblioteca setorial Polo Viçosa	https://www.facebook.com/bibliotecapolovicosa/	259
Biblioteca Central da UFCG	https://www.facebook.com/bcufcg/	1088
Biblioteca Setorial Tereza Brasileiro	https://www.facebook.com/bibliotecaccbs/	513
Biblioteca Setorial do Campus de Pombal	https://www.facebook.com/BibliotecaCampusPombalUfcg/	788
Biblioteca Setorial do Campus de Patos cstr	https://www.facebook.com/bibliotecacstr/	532
Biblioteca Setorial do Campus de Sousa	https://www.facebook.com/ccjsbiblioteca/	672
Biblioteca universidade federal de lavras	https://www.facebook.com/biblioteca.ufla.br/	6664
Biblioteca central campus cuiaba	https://www.facebook.com/bcufmt/	144
Biblioteca Regional do Campus Universitário de Rondonópolis	https://www.facebook.com/bibliotecaufmt.roo/	852
Biblioteca central	https://www.facebook.com/bibliotecacentral.ufms/	2762

Biblioteca setorial Campus de Ponta Porã	https://www.facebook.com/bibliotecacppp/	324
Biblioteca Central UFMG	https://www.facebook.com/bibliotecacentralufmg/	1005
Biblioteca da Escola de Arquitetura	https://www.facebook.com/Biblioteca-da-Escola-de-Arquitetura-da-UFMG-429827950458399/	467
Biblioteca da Escola de Ciência da Informação	https://www.facebook.com/bibliotecaeci/	847
Carro-biblioteca - Projeto de Extensão	https://www.facebook.com/cenexeciufmg/	1006
Biblioteca da Escola de Engenharia	https://www.facebook.com/Biblioteca-da-Escola-de-Engenharia-UFMG-1975126142712841/	137
Biblioteca da Escola de Música	https://www.facebook.com/Biblioteca-Escola-de-M%C3%BAsica-UFMG-1493186967560250/	50
Biblioteca da Faculdade de Ciências Econômicas	https://www.facebook.com/bibliotecaFACE/	720
Biblioteca da Faculdade de Direito	A página foi desativada	
Biblioteca da Faculdade de Educação	https://www.facebook.com/Biblioteca-da-FaeUFMG-397550253697456/	82
Biblioteca da Faculdade de Farmácia. Biblioteca Prof. Lair Remusat Rennó - Faculdade de Farmácia da UFMG	https://www.facebook.com/bibfarmaciaufmg/	346
Biblioteca da Faculdade de Odontologia	https://www.facebook.com/Biblioteca-da-Faculdade-de-Odontologia-da-UFMG-593662430683070/	544
Biblioteca do Campus Saúde	https://www.facebook.com/bibliotecampusaude/	1274
Biblioteca do Departamento de Química	https://www.facebook.com/Biblioteca-do-Departamento-de-Qu%C3%ADmica-da-UFMG-131298113592534/	376
Biblioteca do Instituto de Geociências	https://www.facebook.com/Biblioteca-do-Instituto-de-Geoci%C3%AAncias-IGC-UFMG-536076949847624/	581
Biblioteca do Instituto de Ciências Agrárias	https://www.facebook.com/bibliotecaica.ufmg	817
Biblioteca de Medicina	https://www.facebook.com/bibimedsisbin/	27
Biblioteca do DEMUS/DEART (Departamento de Música e Artes Cênicas)	https://www.facebook.com/bibdemusdeartufop/	125
Biblioteca do IFAC (Instituto de Filosofia, Artes e Cultura)	https://www.facebook.com/BibliotecaDoIFAC/	119

Biblioteca do ICHS Biblioteca Alphonsus de Guimaraens / UFOP	https://www.facebook.com/biblioichs/	1139
Biblioteca do DECEA (Departamento de Ciências Exatas e Aplicadas)	https://www.facebook.com/BIBLIOTECA.ICEA.UFOP.JM/	761
Biblioteca de Ciência & Tecnologia (BCT)	https://www.facebook.com/Biblioteca-de-Ci%C3%AAncia-Tecnologia-141111655997758/	333
Biblioteca de Ciências Agrárias (BCA)	https://www.facebook.com/BCA.UFPEL/	73
Biblioteca de Ciências Sociais (BCS)	https://www.facebook.com/bcs.ufpel/	1092
Biblioteca de Direito (BD)	https://www.facebook.com/BD.ufPel/	461
Biblioteca de Medicina (BibMed)	https://www.facebook.com/bibmedufpel/	935
Biblioteca de Odontologia (BO)	https://www.facebook.com/biblioteca.odonto.ufpel/	279
Biblioteca do Campus Porto (BCP)	https://www.facebook.com/BibCP/	1144
Biblioteca do Lyceu (BL)	https://www.facebook.com/salamarioosoriomagalhaes/	565
Biblioteca central	https://www.facebook.com/bibliotecacentralufpe/	246
Biblioteca do Centro de Filosofia e Ciências Humanas (CFCH)	https://www.facebook.com/bibcfch/	1224
Biblioteca do Centro de Ciências Exatas e da Natureza (CCEN)	https://www.facebook.com/Biblioteca-CCEN-UFPE-453739731369972/	532
Biblioteca do Centro Acadêmico de Vitória (CAV)	https://www.facebook.com/BibCav/	1423
Biblioteca Reitor Edinaldo Bastos - Centro de Ciências Sociais e Aplicadas (CCSA)	https://www.facebook.com/bibliotecaccsa.ufpe	1392
Biblioteca do Núcleo de Ciências da Vida - NCV (CAA)	https://www.facebook.com/BIBNCVCAAUFPE/	359
Biblioteca Central Maria Auxiliadora de Souza Melo	https://www.facebook.com/BCUFRR/	2565
Biblioteca setorial do colégio de aplicação BSCA	https://www.facebook.com/bscaufsc	334
Biblioteca setorial do Campus Araranguá BSARA	https://www.facebook.com/BSArarangua	417
Biblioteca setorial do Campus Blumenau BSBLU	https://www.facebook.com/bibliotecaufscblumenau/	885
Biblioteca setorial do Campus de curitibanos BSCUR	https://www.facebook.com/bscur/	390
Biblioteca setorial do Campus de Joinville BSJOI	https://www.facebook.com/bsjoi/	499
Biblioteca Central (BC)	https://www.facebook.com/bcufsm/	7032

Biblioteca Setorial do Centro de Artes e Letras (BSCAL)	https://www.facebook.com/Biblioteca-Setorial-do-CAL-297148023802891/	190
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Sociais e Humanas (BSCCSH)	https://www.facebook.com/BibliotecaSetorialdoCCSH/	1456
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Naturais e Exatas (BSCCNE)	https://www.facebook.com/bsccne/	2074
Biblioteca Setorial do Centro de Tecnologia (BSCT)	https://www.facebook.com/bibliotecactufsm/	236
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Rurais (BSCCR)	https://www.facebook.com/BibliotecaSetorialdoCCR/	957
Biblioteca Setorial do Centro de Educação Física e Desporto (BSCEFD)	https://www.facebook.com/BibliotecaSetorialDoCefdUfsm/	759
Biblioteca Setorial do Campus de Cachoeira do Sul (BSCS)	https://www.facebook.com/bibliocs/	344
Biblioteca Setorial do Campus de Frederico Westphalen (BSFW)	https://www.facebook.com/UFSMFW.com.br/	224
Biblioteca Setorial do Colégio Industrial de Santa Maria (BSCTISM)	https://www.facebook.com/bibliotecasetorialdoctism/	787
Biblioteca Setorial do Colégio Politécnico	https://www.facebook.com/bibliotecapoliufsm/	280
Biblioteca Comunitária	https://www.facebook.com/BCoUFSCar/	4970
Biblioteca Campus Araras (B-Ar)	https://www.facebook.com/Biblioteca-Campus-Araras-UFSCar-275299496221531/	577
Biblioteca Campus Lagoa do Sino (B-LS)	https://www.facebook.com/BibliotecaLagoadoSino/	177
Biblioteca Campus Sorocaba	https://www.facebook.com/bso.ufscar	723
Biblioteca Campus Alto Paraopeba	https://www.facebook.com/biblioteca.ufsj.cap/	1182
Biblioteca da Escola Paulista de Medicina e Escola Paulista de Enfermagem - campus São Paulo.	https://www.facebook.com/Biblioteca-Campus-S%C3%A3o-Paulo-Unifesp-147132782023686/	1336
Biblioteca do Instituto do Mar campus Baixada Santista	https://www.facebook.com/biblioteca.bs/	1089
Biblioteca do Instituto de Ciências Ambientais, Químicas e Farmacêuticas campus Diadema	https://www.facebook.com/Biblioteca-Unifesp-Campus-Diadema-496670690459414/	1394
Biblioteca da Escola Paulista de Política, Economia e Negócios campus Osasco	https://www.facebook.com/BibliotecaEPPEN/	955
Setorial Monte Carmelo	A página foi desativada	
Biblioteca central Professor Antonio secundino de são josé	https://www.facebook.com/Biblioteca-Central-BBT-UFV-539216596259522/	1091

Biblioteca central da UNIFAP	https://www.facebook.com/bibliotecacentraldaunifap/	1425
Biblioteca Setorial do Setor Norte - BSSN	https://www.facebook.com/SetorialNorteUfam/	717
Biblioteca Setorial de Ciências Exatas e Engenharias - BSCEE	https://www.facebook.com/BSCEE.UFAM/	701
Biblioteca Setorial do Setor Sul - BSSS	https://www.facebook.com/Biblioteca-Setorial-Sul-UFAM-378045635688462/	465
Biblioteca Setorial da Faculdade de Direito - Bibliotecária "Marieth Neves"- BSFD	https://www.facebook.com/biblioteca.fd.ufam/	512
Biblioteca Setorial do Museu Amazônico - BSMA	https://www.facebook.com/bibliotecasetoriadolmuseuamazonico/	57
Biblioteca do Instituto de Ciências Exatas e Tecnologia - BICET	https://www.facebook.com/Biblioteca-UFAM-Itacoatiara-791239751027942/	3
Biblioteca do Instituto de Saúde e Biotecnologia - BISB	https://www.facebook.com/bibliotecaisb/	559
Biblioteca do Campus do Crato	https://www.facebook.com/Biblioteca-Campus-CratoUFCA-1533281680272539/	14
Biblioteca Universitária	https://www.facebook.com/BibliotecaUniversitariadaUFC	4162
Biblioteca Central do Campus do Pici	https://www.facebook.com/bccpufc	6427
Biblioteca da Faculdade de Direito	https://www.facebook.com/bfdufc/	150
Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade	https://www.facebook.com/BibliotecaDaFeaacUfc/	1484
Biblioteca de Ciências da Saúde	https://www.facebook.com/bcs.ufc/	703
Biblioteca de Ciências Humanas	https://www.facebook.com/sibibchufc/	1894
Biblioteca de Medicina de Sobral	https://www.facebook.com/Biblioteca-do-Curso-de-Medicina-UFC-Sobral-312103122161492/	510
Biblioteca de Pós-Graduação em Economia Agrícola	https://www.facebook.com/ufcbeagri/	55
Biblioteca de Pós-Graduação em Engenharia	https://www.facebook.com/bpgeufc/	38
Biblioteca do Campus de Crateús	https://www.facebook.com/bibliotecaufccrateus/	223
Biblioteca do Campus de Quixadá	https://www.facebook.com/BCQ-Biblioteca-do-Campus-Quixad%C3%A1-UFC-376631835740422/	673
Biblioteca do Campus de Russas	https://www.facebook.com/bibliotecarussasufc	376

Biblioteca do Curso de Matemática	https://www.facebook.com/bcmufc/	90
Biblioteca do Museu de Arte	https://www.facebook.com/bmauc/	152
Biblioteca Central Fernando de Castro Moraes (BC)	https://www.facebook.com/Biblioteca-Central-da-UFES-127479117408722/	3134
Biblioteca Infantojuvenil (BIJU)	https://www.facebook.com/Biblioteca-Infantojuvenil-da-Unirio-1634894869935645/	157
Biblioteca de Pós-Graduação em Ciências Sociais (BG)	https://www.facebook.com/Biblioteca-de-P%C3%B3s-Gradua%C3%A7%C3%A3o-em-Ci%C3%AAncias-Sociais-UFMA-594538430640816/	529
Biblioteca de Imperatriz - Centro (BI)	https://www.facebook.com/bibliotecaufmaitz/	712
Biblioteca universitária de barreiras	https://www.facebook.com/bibliotecauniversitariadebarreiras/	1052
Biblioteca universitária de Santa Maria da Vitória	https://www.facebook.com/Biblioteca-Universit%C3%A1ria-UFOB-_-Campus-Samavi-2058847140811945/	76
Biblioteca Campus de Oriximiná	https://www.facebook.com/ufopa.bibliotecaoriximina/	6
Biblioteca Central Prof. Dr. Clodoaldo Beckmann	https://www.facebook.com/bcufpa	17404
Biblioteca da Faculdade de Odontologia	https://www.facebook.com/bibfo/	347
Biblioteca do Instituto de Ciências da Saúde (ICS)	https://www.facebook.com/Biblioteca.ICS.UFPA/	2000
Biblioteca do Instituto de Letras e Comunicação (ILC)	ttps://www.facebook.com/Biblioteca-do-Instituto-de-Letras-e-Comunica%C3%A7%C3%A3o-UFPA-430167427131972/	663
Biblioteca do Instituto de Geociências (IG)	https://www.facebook.com/Biblioteca-de-Geoci%C3%AAncias-da-UFPA-545950422153985/?ref=br_rs	69
Biblioteca do Instituto de Tecnologia (ITEC)	https://www.facebook.com/bibliotecaitec/	218
Biblioteca do Campus de Castanhal	https://www.facebook.com/bibufpacastanhal/	582
Biblioteca do Campus de Tocantins(Cametá)	https://www.facebook.com/bibufpacameta/	33
Biblioteca do Campus de Tucurui	https://www.facebook.com/bibcamtuc/	558
Biblioteca de Ciências Agrárias (AG)	https://www.facebook.com/bibliotecacienciasagrariasufpr	114

Biblioteca de Ciências Biológicas (BL)	https://www.facebook.com/Biblioteca-de-Ci%C3%AAncias-Biol%C3%B3gicas-UFPR-330144094059862/	208
Biblioteca de Artes, Comunicação e Design/Cabral (CA)	https://www.facebook.com/bibliotecaufprcampuscabral/	713
Biblioteca de Ciências Humanas (CH)	https://www.facebook.com/BibliotecaCH.UFPR/	1127
Biblioteca de Ciência e Tecnologia (CT)	https://www.facebook.com/Biblioteca-Ci%C3%AAncia-e-Tecnologia-450311778323098/	1805
Biblioteca de Educação Profissional e Tecnológica (ET)	https://www.facebook.com/Biblioept	426
Biblioteca de Ciências Jurídicas (JU)	https://www.facebook.com/bibliotecajuufpr	1463
Biblioteca do Campus Rebouças (RB)	https://www.facebook.com/bibreboucas/	115
Biblioteca de Ciências Sociais Aplicadas (SA)	https://www.facebook.com/bibsaufpr/	268
Biblioteca de Ciências da Saúde - Sede Botânico (SB)	https://www.facebook.com/Bibliotecasbufpr	2109
Biblioteca de Ciências da Saúde (SD)	https://www.facebook.com/bibliotecasaude.ufpr	392
Biblioteca do Centro de Estudos do Mar (CEM)	https://www.facebook.com/bibcem	915
Biblioteca da UFPR Litoral (LIT)	https://www.facebook.com/biblitoral	38252
Biblioteca da UFPR Palotina (PA)	https://www.facebook.com/Biblioteca-UFPR-Palotina-1441927766044730/	1029
Biblioteca do Campus Jandaia do Sul (JS)	https://www.facebook.com/Biblioteca-do-Campus-Jandaia-216449228548303/	135
Biblioteca Setorial do Campus Prof. Cândido Athayde (Parnaíba)	https://www.facebook.com/Biblioteca-UFPI-Parna%C3%ADba-1516340765342045/	806
Biblioteca Setorial do Campus Senador Helvídio Nunes (Picos)	https://www.facebook.com/BibliotecaUfpiPicos/	138
Biblioteca Universitária de Amargosa (CFP)	https://www.facebook.com/Biblioteca-Universit%C3%A1ria-de-Amargosa-CFP-128162883957442/	940
Biblioteca Universitária de Santo Amaro (CECULT)	https://www.facebook.com/bibliotecacecult/	302
Biblioteca Universitária de Santo Antônio de Jesus (CCS)	https://www.facebook.com/bibliotecaccs/	459
Biblioteca Universitária de Feira de Santana (CETENS)	https://www.facebook.com/bibliotecacetens/	137

Biblioteca do Centro de Filosofia e Ciências Humanas - CFCH	https://www.facebook.com/bibliotecacfchufrj/	210
Biblioteca Marina São Paulo de Vasconcellos - Instituto de Filosofia e Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais - IFCS	https://www.facebook.com/bibliotecaifcsufrj	1115
Biblioteca Francisca Keller do Programa de Pós Graduação em Antropologia Social - PPGAS	https://www.facebook.com/bfkppgas/	156
Biblioteca Carvalho de Mendonça da Faculdade Nacional de Direito	https://www.facebook.com/bibliotecacarvalhodemendonca/	802
Biblioteca Professor Maurício de Almeida Abreu do Programa de Pós-graduação em Geografia - PGG	https://www.facebook.com/bibliotecapgg	3200
Biblioteca Central do Centro de Ciências da Saúde - CCS	https://www.facebook.com/bc.ccs/	577
Biblioteca do Instituto de Microbiologia Paulo de Góes	https://www.facebook.com/bibliotecadoinstitutodemicrobiologia/	402
Biblioteca Central do Centro de Ciências Matemáticas e da Natureza - CCMN	https://www.facebook.com/bc.ccmn	765
Biblioteca Plínio Sussekind Rocha do Instituto de Física - IF	https://www.facebook.com/bibliotecaIF/	392
Biblioteca Prof. Leopoldo Nachbin do Instituto de Matemática - IM	https://www.facebook.com/bibliotecaim/	492
Biblioteca Prof. Emérito	https://www.facebook.com/Biblioteca-COPPEADUFRJ-222481991236159/	216
Biblioteca do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional - IPPUR	https://www.facebook.com/biblioteca.ufrj/	2307
Biblioteca José de Alencar da Faculdade de Letras	https://www.facebook.com/bibliotecadafaculdadedeletras/	2669
Biblioteca de Obras Raras da Escola de Belas Artes	https://www.facebook.com/Biblioteca-de-Obras-Raras-da-EBA-883276441777936/	227
Biblioteca do Centro de Tecnologia - CT	https://www.facebook.com/bibliotecact	1627
Biblioteca Paulo Geyer da Escola de Química - EQ	https://www.facebook.com/Biblioteca-Paulo-Geyer-da-Escola-de-Qu%C3%ADmica-UFRJ-241331845961424/	229
Biblioteca Prof. Carlos Alberto	https://www.facebook.com/Biblioteca-do-IMA-UFRJ-1509079582642770/	114

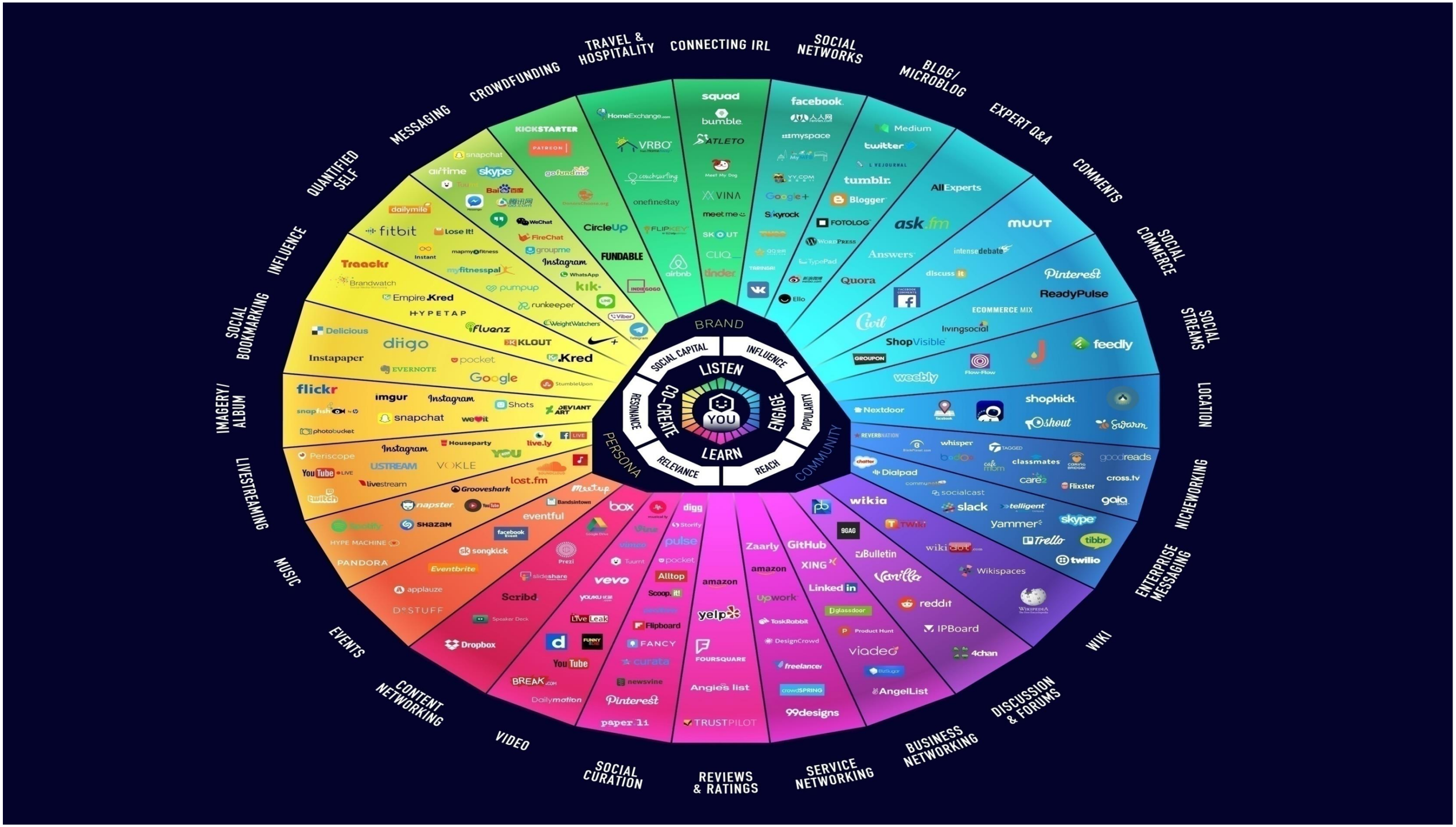
Biblioteca Eugenio Gudin do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas - CCJE	https://www.facebook.com/bibliotecaccje.ufrj/	670
Biblioteca João Ferreira da S. Filho do Instituto de Psiquiatria	https://www.facebook.com/biblioipub/	238
Biblioteca do Colégio de Aplicação da UFRJ - CAP	https://www.facebook.com/bibliotecadocapufrj/	594
Biblioteca do Museu Nacional	https://www.facebook.com/bibliotecadomuseunacional	1465
Biblioteca do Instituto de Ginecologia	https://www.facebook.com/BibliotecaIG/	75
Biblioteca Alberto Nepomuceno da Escola de Música	https://www.facebook.com/BANEMUFRJ/	274
Biblioteca Campus UFRJ Macaé Professor Aloisio Teixeira	https://www.facebook.com/ufrjmacaebiblio	309
Biblioteca do Polo de Xerém	https://www.facebook.com/bibliotecaufrjxerem/	732
Biblioteca Setorial da Área Acadêmica da Saúde	https://www.facebook.com/biblioteca.furg.br/	107
Biblioteca Setorial Câmpus São Lourenço do Sul	https://www.facebook.com/bibliotecasaolourencodosul	151
BCZM - Biblioteca Central Zila Mamede.	https://www.facebook.com/bczm.oficial	3608
BS-CCHLA - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes - CCHLA.	https://www.facebook.com/BSCCHLA/	385
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências da Saúde - CCS.	https://www.facebook.com/bsccs.oficial/	86
BSE-EMUFRN - Biblioteca Setorial Pe. Jaime Diniz - Escola de Música - EMUFRN.	https://www.facebook.com/biblioteca.emufrn/	390
Biblioteca Setorial Prof. Alberto Moreira Campos	https://www.facebook.com/blibliotecadodufrn	254
BS-FACISA - Biblioteca Setorial da Faculdade Integrada de Ciências da Saúde do Trairi (FACISA) - Santa Cruz.	https://www.facebook.com/bibliotecadafacisa/	284
BS-EMCM/RN - Biblioteca Setorial Dr. Paulo Bezerra - EMCM/RN.	https://www.facebook.com/bsemcm/	151
BSE-DEART – Biblioteca Setorial do Departamento de Artes - DEART.	https://www.facebook.com/bibliotecadeartufrn/	1034
Biblioteca central	https://www.facebook.com/biblioteca.centralufrgs	7231
Biblioteca da Escola de Administração	https://www.facebook.com/BibliotecaUFRGSADM/	762
Biblioteca da Faculdade de Agronomia	https://www.facebook.com/bibagro.ufrgs/	246

Biblioteca do Instituto de Artes	https://www.facebook.com/biblioteca.bibart.ufrgs/	115
Biblioteca da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação	https://www.facebook.com/biblioteca.fabico	2465
Centro de documentação e pesquisa de saúde e trabalho	https://www.facebook.com/cedopufrgs/	1298
Biblioteca do Instituto de Ciências Básicas da Saúde	https://www.facebook.com/bibicbs/	560
Biblioteca de Ciências Sociais e Humanidades	https://www.facebook.com/biblioteca.bibcsh/	2573
Biblioteca do Colégio de Aplicação	https://www.facebook.com/bibliotecacap.ufrgs/	1154
Biblioteca da Faculdade de Direito	https://www.facebook.com/Biblioteca-da-Faculdade-de-Direito-UFRGS-1369102876475009/	170
Biblioteca da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança	https://www.facebook.com/bibliotecaesefid/	366
Biblioteca da Escola de Enfermagem	https://www.facebook.com/bibliotecaenfermagem.ufrgs/	1545
Biblioteca da Escola de Engenharia	https://www.facebook.com/bibeng.ufrgs/	1140
Biblioteca da Faculdade de Farmácia	https://www.facebook.com/bibfar/	213
Biblioteca do Instituto de Física. Biblioteca Professora Ruth de Souza Schneider	https://www.facebook.com/bibfis.ufrgs	508
Biblioteca da Faculdade de Medicina	https://www.facebook.com/bibliotecafamedhcpa	757
Biblioteca Depositária da Organização das Nações Unidas	https://www.facebook.com/biblioteca.onu.dl253/	1270
Biblioteca do Instituto de Psicologia	https://www.facebook.com/BibPsico.UFRGS	208
Biblioteca do Instituto de Química	https://www.facebook.com/bibliotecaiqufrgs/	131
Biblioteca Campus JK	https://www.facebook.com/bibliotecacampusjk/	1043
Biblioteca Campus I	página foi retirada do ar	
Biblioteca do Mucuri	https://www.facebook.com/bibliotecamucuriufvjm/	635
Biblioteca em Unaí	https://www.facebook.com/bibliotecaufvjmunai/	377
Centro de Memória Fluminense (CEMEF)	https://www.facebook.com/Centro-de-Mem%C3%B3ria-Fluminense-1417432368552284/	2012
Biblioteca de Administração e Ciências Contábeis (BAC)	https://www.facebook.com/bibliotecaadmuff/	718
Biblioteca da Faculdade de Direito (BFD)	https://www.facebook.com/bibliotecadireitouff/	1555

Biblioteca das Faculdades de Nutrição e Odontologia (BNO)	https://www.facebook.com/bibliotecanutricaoodonto	562
Biblioteca da Faculdade de Veterinária (BFV)	https://www.facebook.com/bfvuff/	440
Biblioteca da Faculdade de Farmácia (BFF)	https://www.facebook.com/Biblioteca-da-Faculdade-de-Farm%C3%A1cia-UFF-559051310922140/	12
Biblioteca da Escola de Enfermagem (BENF)	https://www.facebook.com/bib.e.uff	2091
Biblioteca Monteiro Lobato (BML)	https://www.facebook.com/Biblioteca-Monteiro-Lobato-da-Superintend%C3%AAncia-de-Documenta%C3%A7%C3%A3o-da-UFF-299787683804887/	517
Biblioteca Flor de Papel (BFP)	https://www.facebook.com/biblioteca.flordepapel/	1619
Biblioteca do Instituto de Matemática e Estatística (BIME)	https://www.facebook.com/bime.uff/	238
Biblioteca do Instituto de Física (BIF)	https://www.facebook.com/Biblioteca-do-Instituto-de-F%C3%ADsica-UFF-489726124439385/	844
Biblioteca do Instituto Biomédico (BIB)	https://www.facebook.com/bibuff/	861
Biblioteca do Campus de Petrópolis (BCPE)	https://www.facebook.com/Bcpe2017/	9
Biblioteca da Escola de Engenharia Industrial e Metalúrgica de Volta Redonda (BEM)	https://www.facebook.com/bemvruff/	171
Biblioteca do Aterrado Volta Redonda (BAVR)	https://www.facebook.com/biblioteca.voltaredonda/	2178
Biblioteca de Rio das Ostras (BRO)	https://www.facebook.com/bibliotecaderiodasostras	901
Biblioteca Central do Gragoatá (BCG)	https://www.facebook.com/Bibliotecacentraldogragoata	2604
Biblioteca Central Lourenço jose tavares vieira da silva	https://www.facebook.com/Biblioteca-Ufra-Bel%C3%A9m-Louren%C3%A7o-Jos%C3%A9-332140947201803/	536
Coordenação da Biblioteca Orlando Teixeira (BOT)	https://www.facebook.com/bibliotecaorlandoteixeira/	1724
Coordenação da Biblioteca Campus Angicos (BCA)	https://www.facebook.com/bibliotecaufersaangicos/	60
Coordenação da Biblioteca Campus Caraúbas (BCC)	https://www.facebook.com/bibliotecacampuscaraubas.bcc/	781
Coordenação da Biblioteca Campus Pau dos Ferros (BCP)	https://www.facebook.com/Biblioteca-C%C3%A2mpus-Pau-dos-Ferros-Ufersa-612164358920252/	465

Biblioteca Central Utfpr-CT	https://www.facebook.com/bibliotecautfprcuritiba/	2194
Biblioteca campus morão	https://www.facebook.com/DEBIBCM/	493
Biblioteca de Cornélio Procópio	https://www.facebook.com/bibliotecacp/	924
Biblioteca câmpus Londrina UTFPR	https://www.facebook.com/Biblioteca-UTFPR-Londrina-110071589095398/	637
Biblioteca campus medianeira	https://www.facebook.com/Biblioteca.UTFPR.Medianeira/	963
Biblioteca do Campus ponta Grossa	https://www.facebook.com/biblioteca.utfpr.pontagrossa/	1319
Biblioteca Central da UFRRJ	https://www.facebook.com/Biblioteca-Central-UFRRJ-169326639938700/	2401
Biblioteca três rios	https://www.facebook.com/bibliotecaUFRRJITR/	236
Biblioteca Universitária Unifei Itabira	https://www.facebook.com/bunifeitabira	1902

ANEXO 1 – MÍDIAS SOCIAIS EXISTENTES



Fonte: The conversation prism Brain Solis (2008)