

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

Adaiane Oliveira da Silva

**O Facebook como canal de comunicação e interação nas bibliotecas
universitárias: o caso da UFRGS**

Porto Alegre
2013

Adaiane Oliveira da Silva

**O Facebook como canal de comunicação e interação nas bibliotecas
universitárias: o caso da UFRGS**

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

Orientadora: Profa. Dra. Helen Beatriz Frota Rozados.

Co-orientador: Prof. Dr. Geraldo Ribas Machado.

Porto Alegre
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. Dr. Carlos Alexandre Netto

Vice-reitor: Prof. Dr. Rui Vicente Opperman

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretora: Profa. Dra. Ana Maria Mielniczuk de Moura

Vice-diretor: Prof. Dr. André Iribure Rodrigues

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Chefe: Profa. Dra. Maria do Rocio Fontoura Teixeira

Chefe substituto: Prof. Dr. Valdir Jose Morigi

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

Coordenadora: Profa. Dra. Samile Andréa de Souza Vanz

Coordenadora substituíta: Profa. Ms. Glória Isabel Sattamini Ferreira

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S586f Silva, Adaiane Oliveira da

O Facebook como canal de comunicação e interação nas bibliotecas universitárias : o caso da UFRGS / Adaiane Oliveira da Silva. - Porto Alegre, 2013. 92 f. ; il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Curso de Biblioteconomia, 2013.

Orientadora: Helen Beatriz Frota Rozados.

1. Biblioteca universitária. 2. Rede social virtual. 3. Facebook. 4. Comunicação virtual I. Rozados, Helen Beatriz Frota Rozados. II. Título

CDU 027.7:004.788

Departamento de Ciências da Informação

Rua Ramiro Barcelos, 2705 - Bairro Santana – Porto Alegre, RS

CEP 90035-007

Telefone: (51) 3308-5146

E-mail: fabico@ufrgs.br

Adaiane Oliveira da Silva

O Facebook como canal de comunicação e interação nas bibliotecas universitárias: o caso da UFRGS

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

Aprovado em _____ de _____ de 2013.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Helen Beatriz Frota Rozados
Departamento de Ciências da Informação - UFRGS
Orientadora

Prof. Dr. Geraldo Ribas Machado
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS
Co-orientador

Prof. Dr. Rodrigo Silva Caxias de Sousa
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS
Examinador

Profa. Dra. Sônia Elisa Caregnato
Departamento de Ciências da Informação - UFRGS
Examinadora

AGRADECIMENTOS

À minha família, pelo apoio durante todo o curso.

À minha orientadora, Profa. Dra. Helen Rozados e ao meu co-orientador, Prof. Dr. Geraldo Machado, pela ajuda e paciência na realização deste trabalho.

À Profa. Dra. Sônia Caregnato, pelas orientações na disciplina de Pesquisa em Ciências da informação, as quais me auxiliaram na elaboração do projeto do presente trabalho.

Aos professores do Curso de Biblioteconomia da UFRGS, pelos ensinamentos.

Aos bibliotecários participantes da pesquisa, pela atenção e disponibilidade.

Aos bibliotecários dos estágios que realizei, pelos ensinamentos da prática profissional.

Às amigas construídas na faculdade e nos estágios, pelo carinho e compartilhamento de alegrias e angústias.

Aos amigos, pelo incentivo e por acreditarem em mim.

Enfim, agradeço a Deus por ter me proporcionado concentração, força e tranquilidade para superar os obstáculos surgidos durante o curso e conseguir chegar até aqui: a concretização de um sonho.

Muito obrigada!

“Suba o primeiro degrau com fé. Não é necessário que você veja toda a escada. Apenas dê o primeiro passo.”

Martin Luther King

RESUMO

Objetiva estudar a comunicação das bibliotecas universitárias da UFRGS com suas comunidades usuárias por intermédio do Facebook, assim como as interações ocorridas nesta rede social virtual, a partir dos conteúdos publicados por estas unidades de informação. Contextualiza, teoricamente, Bibliotecas Universitárias, Web 2.0, Biblioteca 2.0, Redes Sociais, Facebook e Facebook nas Bibliotecas Universitárias. Apresenta uma pesquisa descritiva e exploratória, com um universo de oito bibliotecas da UFRGS que aderiram ao uso do Facebook. Usa como procedimento técnico a pesquisa de campo, com abordagem quanti-qualitativa. Os dados quantitativos são levantados por meio de formulário, através de observações sistemáticas; os qualitativos por meio de entrevistas estruturadas, aplicadas junto aos responsáveis pela manutenção do Facebook. Utiliza a estatística para análise dos dados quantitativos e o método análise de conteúdo para os dados coletados nas entrevistas. Mostra que menos da metade das bibliotecas universitárias da UFRGS possui Facebook, sendo que o perfil é a forma de presença mais incidente. Exibe os tipos de informação divulgados pelas bibliotecas e as interações ocorridas nestes. Averigua como foram criadas as contas do Facebook pelas bibliotecas, assim como a forma que estas as mantêm quanto aos conteúdos publicados. Conclui que a maioria das bibliotecas da UFRGS que possui Facebook, apesar de não ter realizado um planejamento para a implantação da conta, comunica informações que possam ser interessantes e úteis à sua comunidade usuária e recebe um retorno por meio das interações, embora, às vezes, pequeno. Recomenda para as bibliotecas alguns cuidados no momento da criação de uma conta no Facebook, assim como na manutenção desta quanto aos conteúdos publicados, de forma que tenham uma boa comunicação com suas comunidades usuárias, além de receberem um retorno positivo destas, com mais interações.

Palavras-chave: Biblioteca universitária. Rede social virtual. Facebook. Comunicação virtual.

ABSTRACT

It aims to study the communication of university libraries from UFRGS with their user communities through Facebook as well as the interactions occurring in this virtual social network, starting from published contents by these information units. It contextualizes, theoretically, University Libraries, Web 2.0, Library 2.0, Social Networking, Facebook and Facebook in Academic Libraries. It presents a descriptive and exploratory search which indicates eight libraries from UFRGS that have adhered the Facebook's use. It uses the field research as technical procedure with a quantitative and qualitative approach. The quantitative data are raised through forms from systematic observations and the qualitative data are collected by structured interviews that are applied together to those responsible for Facebook's maintenance. It utilizes statistics to analyze the quantitative data and the method of content analysis to collected data on the interviews. It displays that less than half university libraries from UFRGS have Facebook, even profiles have been the most frequent form of presence. It shows the types of information disclosed by libraries and the occurring interactions in these. It ascertains how were the Facebook accounts created by libraries as verifies the way that those maintain the published contents. It concludes that most of UFRGS libraries that has Facebook, despite not having made a planning for the implementation of the account, communicate informations that may be interesting and useful to its user community and receive feedback through interactions, though, sometimes small. It recommends to the libraries some cares to create an account on Facebook, as well in the maintenance of the published contents, so that the libraries have good communication with their user communities, besides a good return with more interations.

Keywords: Academic libraries. Virtual social network. Facebook. Virtual communication.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - As características da Web 2.0.....	19
Figura 2 - Aplicativos e abordagens da Web 1.0 e Web 2.0.....	20
Figura 3 - Opção Seguir	29
Figura 4 - Botão Curtir	30
Figura 5 - Formas de interação	31

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Comparativo entre os sites de redes sociais no Brasil	27
Gráfico 2- Bibliotecas universitárias da UFRGS que utilizam o Facebook	47
Gráfico 3 - Formas de apresentação no Facebook das bibliotecas da UFRGS – maio-jun./2013.....	48
Gráfico 4 - Seção Sobre dos perfis das bibliotecas da UFRGS que utilizam o Facebook.....	51
Gráfico 5 - Seção Sobre das páginas das bibliotecas da UFRGS que utilizam o Facebook.....	52
Gráfico 6 - Tipos de informações divulgados pelas bibliotecas que utilizam o Facebook – maio- jun./2013.....	53
Gráfico 7 - Interações nas publicações das bibliotecas da UFRGS que utilizam o Facebook – maio-jun./2013	55
Gráfico 8 - Comentários nas publicações das bibliotecas da UFRGS que utilizam o Facebook – maio- jun./2013.....	56

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Aplicativos pré-instalados no Facebook	33
Quadro 2 - Quais as razões que levaram a biblioteca a querer estar presente no Facebook? A biblioteca teve algum objetivo quanto a isto?	58
Quadro 3 - Houve uma consulta com os usuários para o levantamento de suas preferências entre os sites de redes sociais e de suas necessidades?	62
Quadro 4 - Quais os motivos de escolha quanto à criação da conta do Facebook como página/perfil?	64
Quadro 5 - Quais os motivos de escolha quanto à criação de uma página e de um perfil para a biblioteca?	65
Quadro 6 - Está satisfeito (a) com o que foi escolhido?	67
Quadro 7 - Está satisfeito(a) com as duas contas? Percebe que alguma delas é mais adequada à biblioteca?	67
Quadro 8 - Como foi feita a escolha de quem seria o responsável(s) pela criação/seleção dos conteúdos a serem postados no Facebook?	69
Quadro 9 - Que informações a biblioteca entende que são mais pertinentes a serem divulgadas no Facebook?	71
Quadro 10 - Com que frequência, em média, ocorrem novas atualizações no Facebook?	73
Quadro 11 - Com que frequência, em média, ocorrem novas atualizações na página e no perfil do Facebook?	74

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	13
1.2	JUSTIFICATIVA	13
1.3	OBJETIVOS	14
1.3.1	Objetivo geral	14
1.3.2	Objetivos específicos	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1	BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS	16
2.2	WEB 2.0	18
2.3	BIBLIOTECA 2.0	21
2.4	REDES SOCIAIS.....	23
2.5	FACEBOOK	27
2.6	FACEBOOK NAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS	31
2.6.1	Escolha e manutenção de uma rede social virtual	35
2.6.2	Formas de presença no Facebook	37
<u>2.6.2.1</u>	<u>Página</u>	38
<u>2.6.2.2</u>	<u>Perfil</u>	39
<u>2.6.2.3</u>	<u>Grupo</u>	40
3	METODOLOGIA	42
3.1	ABORDAGEM E TIPO DE PESQUISA	42
3.2	UNIVERSO DA PESQUISA	43
3.3	INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS	43
3.4	PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS	44
3.5	ANÁLISE DOS DADOS	45
3.6	LIMITAÇÕES DO ESTUDO	46

4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	47
4.1	OBSERVAÇÕES SISTEMÁTICAS.....	48
4.1.1	Formas de presença no Facebook.....	48
4.1.2	Informações divulgadas pelo Facebook	49
4.1.3	Interações nas publicações.....	54
4.2	ENTREVISTAS.....	58
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
5.1	CONSIDERAÇÕES	77
5.2	RECOMENDAÇÕES PARA CRIAÇÃO E MANUTENÇÃO DE UMA CONTA NO FACEBOOK	81
	REFERÊNCIAS	83
	APÊNDICE A - FORMULÁRIO DE OBSERVAÇÃO	88
	APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	91
	APÊNDICE C - TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO	92

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TICs) tem transformado as formas de comunicação entre as pessoas. Com relação à internet, por meio da *Web 2,0*, surgiram novas maneiras de as pessoas se comunicarem e interagirem, fazendo uso de recursos específicos. Dentre essas possibilidades, atualmente, os *sítes* de redes sociais vêm se destacando por sua grande aceitação e uso pelos usuários da Rede.

Devido à popularidade crescente destas ferramentas, as organizações têm começado a marcar presença nelas, de modo a ter um relacionamento mais efetivo com seus públicos. Nesse sentido, muitas bibliotecas encontram nos *sítes* de redes sociais uma nova forma de se aproximar de suas comunidades usuárias, como profere Margaix Arnal (2008, p. 591, tradução nossa):

[...] as bibliotecas têm começado a marcar sua presença nestes sites, para estarem onde os usuários estão, utilizar as mesmas plataformas e canais de comunicação que eles e seguir sendo relevantes no contexto de sua experiência do uso da internet.

Dentre os *sítes* de redes sociais mais acessados no mundo, está o Facebook, criado em 2004 pelo estudante universitário Mark Zuckerberg e alguns colegas. Além disso, esta ferramenta apresenta diversas funcionalidades que permitem comunicação e interação entre seus usuários, podendo ser relevantes às bibliotecas universitárias.

Nesse viés, o presente trabalho buscou estudar a comunicação das bibliotecas universitárias da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) com suas comunidades usuárias por intermédio do Facebook, assim como as interações ocorridas nesta rede social virtual, a partir dos conteúdos publicados por estas unidades de informação.

Para isso, além da revisão de literatura, realizaram-se observações sistemáticas nos Facebooks das bibliotecas pesquisadas e entrevistas estruturadas junto aos responsáveis pela manutenção deste *site* de rede social, de forma a coletar dados suficientes à concretização do objetivo do estudo. Quanto ao referencial teórico, abordaram-se questões relativas às Bibliotecas Universitárias,

Web 2.0, Biblioteca 2.0, Redes Sociais, Facebook e Facebook nas Bibliotecas Universitárias.

É importante mencionar que, na literatura levantada, alguns autores usam como sinônimo conteúdo e informação. Portanto, no trabalho, adotaram-se ambos os termos para referir-se às publicações no Facebook.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

De que maneira ocorrem a comunicação das bibliotecas universitárias da UFRGS com suas comunidades usuárias por meio do Facebook e as interações que se sucedem nesta rede social virtual, a partir dos conteúdos publicados por estas unidades de informação?

1.2 JUSTIFICATIVA

A escolha pelo tema do trabalho surgiu da percepção que os *sites* de redes sociais são muito utilizados pelos indivíduos como forma de comunicação e interação, principalmente entre os jovens. Nota-se que, cada vez mais, estas ferramentas estão se popularizando e fazendo parte de suas rotinas. Por esses motivos, as bibliotecas universitárias podem aproveitar a oportunidade de se adaptar aos seus usuários, adotando os canais de comunicação e interação que eles se encontram, de maneira a ter um vínculo mais efetivo com suas comunidades usuárias.

Assim, o Facebook foi escolhido entre os *sites* de redes sociais para constituir o estudo porque, atualmente, é nítido seu expressivo número de usuários. Segundo o comScore (2013) “O Facebook ascendeu como um forte líder da categoria, com quase 44 milhões de visitantes únicos em dezembro de 2012, 22% a mais que no ano anterior.”.

Além disso, para Margaix Arnal (2008) o Facebook possui uma cultura universitária que permite à biblioteca encontrar seu espaço mais facilmente. Isto porque foi criado na Universidade de Harvard e seus primeiros membros eram estudantes universitários, consentindo que a biblioteca universitária tenha maior aceitação e adaptação nesta ferramenta. Quanto à escolha pelas bibliotecas da UFRGS, a pesquisadora já tinha vínculo com alguns Facebooks destas unidades de

informação, o que a levou a querer estudar como ocorre a comunicação destas bibliotecas com seus usuários por meio da disponibilização de informações e como se dão as interações com o que é divulgado, já que, de uma maneira ou de outra, estas demonstram o interesse dos usuários pelas postagens.

Diante do exposto, acredita-se que o Facebook pode ser uma ferramenta útil às bibliotecas universitárias, se for empregado de maneira adequada. Este *site* de rede social oportuniza, portanto, comunicação e interação em um ambiente de grande popularidade, o que pode dar mais visibilidade à biblioteca. Além disso, como a literatura sobre o assunto ainda é escassa, principalmente a brasileira, a pesquisa desenvolvida pode contribuir com a mesma e incentivar outros estudos sobre o Facebook em bibliotecas, sejam estas universitárias, ou não.

1.3 OBJETIVOS

A seguir são apresentados o objetivo geral e os objetivos específicos deste trabalho.

1.3.1 Objetivo geral

Estudar a comunicação das bibliotecas universitárias da UFRGS com suas comunidades usuárias por intermédio do Facebook, assim como as interações ocorridas nesta rede social virtual, a partir dos conteúdos publicados por estas unidades de informação.

1.3.2 Objetivos específicos

São objetivos específicos desta investigação:

- a) levantar as bibliotecas universitárias da UFRGS que se conectam com sua comunidade usuária através do Facebook;
- b) verificar a forma como se apresentam na ferramenta: página, perfil ou grupo;
- c) verificar que tipos de informação estas bibliotecas divulgam através do Facebook e a ocorrência dos mesmos em números;

- d) constatar como acontecem as interações Curtir, Comentar e Compartilhar a partir dos conteúdos divulgados pelas bibliotecas;
- e) averiguar como foram criadas as contas do Facebook pelas bibliotecas e a maneira que estas as mantêm quanto aos conteúdos publicados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A contextualização teórica, a seguir apresentada, tem como foco os seguintes temas: Bibliotecas Universitárias, Web 2.0, Biblioteca 2.0, Redes Sociais, Facebook e Facebook nas Bibliotecas Universitárias.

2.1 BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

Entende-se por bibliotecas universitárias, segundo Machado (2009), as bibliotecas de universidades e faculdades. Para a autora, elas servem de apoio ao ensino, pesquisa e extensão, por meio da prestação de serviços aos alunos da graduação, pós-graduação, professores e funcionários da instituição na qual está inserida. Já para Cunha (2010, não paginado), “As bibliotecas universitárias são organizações complexas, com múltiplas funções e uma série de procedimentos, produtos e serviços que foram desenvolvidos ao longo de décadas.”.

Deste modo, como as bibliotecas universitárias oferecem suporte aos processos de ensino, pesquisa e extensão das universidades e faculdades, suas instituições mantenedoras, elas precisam estar vinculadas à cultura destas, de maneira a ampará-las em seus processos.

Miranda (2007) aborda que o principal papel desse tipo de biblioteca é atender as necessidades de informação da comunidade acadêmica, direcionando sua coleção aos conteúdos programáticos, ou para projetos acadêmicos dos cursos ministrados pela universidade na qual está inserida.

Neste contexto de relacionamento com as universidades, Tarapanoff (1981) entende que as bibliotecas universitárias necessitam:

- a) atender-se com as funções e atividades da universidade da qual faz parte;
- b) planejar os serviços, relacionando-os aos objetivos de ensino, pesquisa e extensão da universidade;
- c) reestruturar suas atividades em relação as da universidade;
- d) integrar-se aos níveis hierárquicos quando estabelecer os seus objetivos, de modo a estar coerente com a política geral da instituição e orientar sua própria política;
- e) ter objetivos dinâmicos, que devem sempre representar as necessidades da universidade a qual pertence.

Ainda, destacando esta relação entre as bibliotecas e as universidades, Ferreira (1980, p. 7) aponta que

Assim como a universidade deve estar voltada para as necessidades educacionais, culturais, científicas e tecnológicas do País, as bibliotecas devem trabalhar visando a esses mesmos objetivos, condicionadas que são às finalidades fundamentais da universidade. Por isso, as bibliotecas devem participar ativamente do sistema educacional desenvolvido pela universidade.

Desta forma, é necessário que as bibliotecas universitárias estejam em consonância com os progressos científicos e tecnológicos. No entender de Cunha (2010), o propósito fundamental destas instituições continuou o mesmo ao longo do tempo: proporcionar acesso ao conhecimento. Entre suas funções principais, encontra-se a intermediação entre o conhecimento científico e tecnológico e sua comunidade usuária.

Para Fujita (2005), a biblioteca universitária se faz consciente de sua função de intermediadora da universidade no que diz respeito à geração, transmissão e recepção de conhecimentos, de modo a realizar os processos documentários e preservar a informação para a próxima transformação em conhecimento em um espiral de evolução científica e tecnológica.

Assim, é essencial que essas unidades de informação acompanhem as mudanças que vêm ocorrendo com o avanço das novas tecnologias de informação e comunicação, impulsionadas pelo uso da internet. Neste sentido, Aguiar (2012, p. 31) expõe que

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

Portanto, com a implantação das TICs e da internet nas bibliotecas, os bibliotecários e toda sua equipe precisam estar preparados para utilizar esses recursos de forma adequada, de maneira a suprir as necessidades informacionais dos usuários, oferecendo a estes novas formas de acessar as informações, de se comunicar e de interagir com os profissionais da biblioteca.

Amaral e Guimarães¹ (2000 *apud* ZAFALON, 2008) relatam que as bibliotecas que usam a internet podem alcançar seus objetivos de maneira mais efetiva, empregando o ciberespaço para disponibilizar serviços, produtos, informações institucionais e estabelecer comunicação com sua comunidade usuária. Além disso, é possível conquistar um número maior de usuários, em menor tempo e com custos razoáveis. É necessário mencionar que essas mudanças das bibliotecas na internet são possíveis por intermédio da *Web 2.0*.

2.2 WEB 2.0

O termo *Web 2.0* começou a ser utilizado em uma conferência de *brainstorming* entre as empresas O'Reilly Media e MediaLive International, realizada em outubro de 2004, na cidade de São Francisco, nos Estados Unidos da América (EUA) (O'REALLY, 2005).

Para o autor, o conceito de *Web 2.0* possui um centro gravitacional, e não fronteiras rígidas, o que a define como

[...] um conjunto de princípios e práticas que interligam um verdadeiro sistema solar de sites que demonstram alguns ou todos esses princípios e que estão a distâncias variadas do centro. (O'REALLY, 2005, p. 2).

A primeira geração da *Web*, a chamada *Web 1.0*, proporcionou um avanço na comunicação e no acesso à informação. Entretanto, suas páginas eram estáticas, com pouca interatividade, além do usuário não poder alterar seu conteúdo. No entender de Blattman e Silva (2007, p. 199): “[...] a *web* era estruturada através de sites que colocavam todo o conteúdo *on-line* sem oferecer a possibilidade de interação aos internautas [...]”.

Ainda, conforme Silva (2010), na *Web 1.0* a elaboração de conteúdo era realizada por especialistas, enquanto os usuários eram passivos, já que liam e mantinham contatos através das tecnologias de informação como *e-mail* e *chat*.

¹ AMARAL, S. A. A.; GUIMARÃES, T. P. Sites das bibliotecas universitárias brasileiras: estudo das funções desempenhadas. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 12., 2000, Recife. **Anais...** Recife: SNBU, 2000. *Apud* ZAFALON, 2008.

Com a evolução da *Web*, a segunda geração passou a chamar-se de *Web 2.0*, como já foi mencionado. Nesta nova geração, segundo Silva (2010), o cenário é de participação, de maneira que o usuário pode criar conteúdo utilizando diversas mídias. A *Web 2.0* permite, além disto, o compartilhamento e a organização dos conteúdos pelos usuários, além destes poderem interagir entre si.

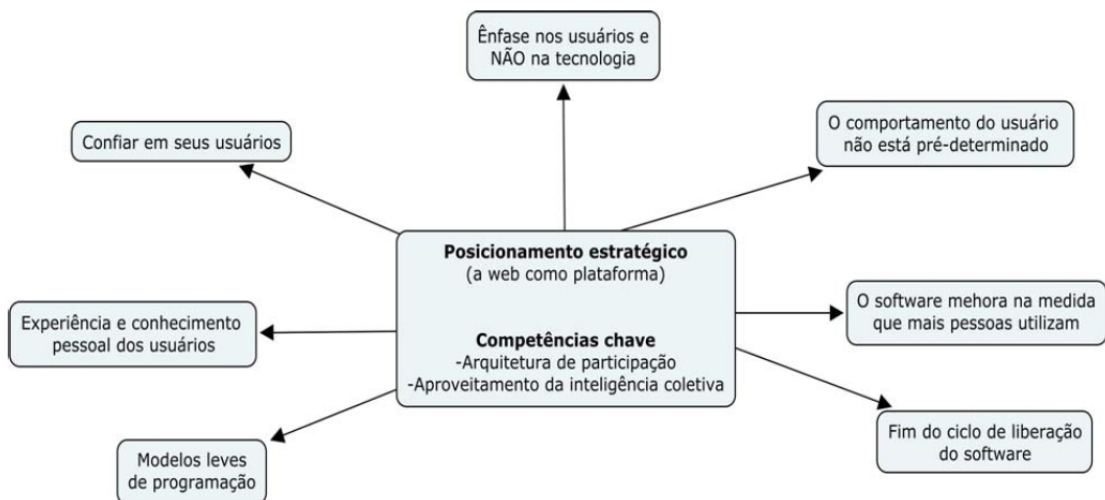
Como discorre Primo (2008, p. 101):

A *web 2.0* é a segunda geração de serviços *on-line* e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar o espaço para a interação entre os participantes do processo.

Blattman e Silva (2007) afirmam que a nova concepção de internet, chamada Internet 2.0, *Web 2.0* ou *Web Social*, advinda da evolução da *Web*, tornou possível a criação de espaços cada vez mais interativos, nos quais os usuários podem modificar conteúdos e criar novos ambientes hipertextuais.

Na Figura 1 podem ser visualizadas as características da *Web 2.0*.

Figura 1 - As características da *Web 2.0*



Fonte: BLATTMANN e SILVA (2007, p. 200)

O'Really (2005) demonstra a diferença entre os aplicativos e as abordagens utilizadas na *Web 1.0* e na *2.0* através de um comparativo, apresentado na Figura 2.

Figura 2 - Aplicativos e abordagens da Web 1.0 e Web 2.0

Web 1.0	Web 2.0
DoubleClick	--> Google AdSense
Ofoto	--> Flickr
Akamai	--> Bit Torrent
mp3.com	--> Napster
Britannica Online	--> Wikipedia
Sites pessoais	--> blogs
evite	--> upcoming.org e EVDB
Especulação com nomes de domínio	--> otimização para ferramenta de busca
page views	--> custo por clique
"Screen scraping"	--> serviços web
publicação	--> participação
Sistemas de gerenciamento de conteúdo	--> wikis
diretórios (taxonomia)	--> tags ("folksonomia")
stickness	--> syndication

Fonte: O'Really (2005, p. 2)

A partir dessa comparação, confirma-se que a *Web 2.0* passou a ser dinâmica, permitindo interação entre os usuários, criação e compartilhamento de informação, aproveitando a inteligência coletiva a partir dos aplicativos desenvolvidos. Ainda, O'Really (2005), considerando a *Web* como plataforma e que o usuário está no controle de seus próprios dados, define como competências centrais da *Web 2.0*:

- a) serviços, não *software* "empacotado";
- b) arquitetura de participação;
- c) escalabilidade de custo eficiente;
- d) fonte e transformação de dados remixáveis;
- e) *software* em mais de um dispositivo;
- f) emprega a inteligência coletiva.

Assim, a *Web 2.0* possibilita que as bibliotecas façam uso de suas ferramentas, de maneira que estas unidades de informação possam interagir com as comunidades usuárias, criar e compartilhar informações, tornando-se muito mais dinâmicas. Ou seja, as bibliotecas podem empregar as tecnologias oferecidas por esta plataforma para se aperfeiçoarem, desenvolvendo-se e aproximando-se de seus usuários.

2.3 BIBLIOTECA 2.0

Em 2005, Michael Casey, no *blog LibraryCrunch*, cunhou o termo biblioteca 2.0, relacionando as atividades desenvolvidas pelas bibliotecas com o uso das ferramentas da *Web 2.0*. Conforme Arroyo Vázquez e Merlo Vega (2007), o termo foi adotado pela comunidade de *blogs* bibliotecários, a chamada biblioblogosfera, que começou a discutir o sentido da biblioteca 2.0 e do bibliotecário 2.0, além de expor as diversas experiências neste contexto. No entanto, para González Fdez-Villavicencio (2007), o termo foi consolidado, definitivamente, a partir da publicação de um artigo de Michael Casey e Laura Savastinuk na revista *LibraryJournal.com*², em 2006, com o título de “*Library 2.0. Service for the next-generation library*”.

Com relação ao sentido da biblioteca 2.0, Brito e Silva (2010, não paginado) relatam que é “[...] uma forma de discutir as mudanças decorrentes da evolução da *Web 1.0* para a *Web 2.0*”. Arroyo Vázquez e Merlo Vega (2007) discorrem que a *Web 2.0* abre novas possibilidades de comunicação e de informação nas atividades das bibliotecas e na prestação de serviços aos usuários.

Dessa forma, o termo biblioteca 2.0 começou a ser abordado amplamente pela comunidade bibliotecária como forma de relacionar as ferramentas oferecidas pela *Web 2.0* com as atividades da biblioteca e no oferecimento de serviços, de maneira que ocorra uma maior aproximação dos usuários com a instituição, já que estes se encontram, cada vez mais, conectados à internet.

Ainda, a biblioteca 2.0, conforme Maness (2007), é entendida como uma aplicação de interação, colaboração e tecnologias multimídia em serviços e coleções de bibliotecas na *Web*. O autor afirma que uma teoria para biblioteca 2.0 baseia-se em quatro elementos essenciais:

- a) possui o centro nos usuários: estes participam dinamicamente na criação e consumo do conteúdo;
- b) oferece uma experiência multimídia: ambos, coleções e serviços de biblioteca 2.0, contêm componentes de áudio e vídeo;
- c) é socialmente rica: a presença da biblioteca na *web* inclui a dos usuários. Há tanto formas síncronas, como as mensagens instantâneas, por

² Disponível em: <http://lj.libraryjournal.com/2010/05/technology/library-2-0/>

exemplo, quanto assíncronas, exemplificadas pelas *wikis*, para os usuários se comunicarem entre si e com os bibliotecários;

- d) é comunitariamente inovadora: a biblioteca 2.0 baseia-se no fundamento das bibliotecas como serviço comunitário, entendendo que as comunidades mudam, e que as bibliotecas não devem apenas mudar com elas, necessitam permitir serem modificadas pelos seus usuários.

A definição de biblioteca 2.0 ainda apresenta divergências entre os autores, mas o termo serve para que a classe bibliotecária possa discutir sobre as oportunidades de inovação em seus serviços e coleções diante do que a *Web 2.0* oferece.

Percebe-se, então, a necessidade de os bibliotecários estarem atentos e atualizados para implantar as ferramentas oferecidas pela *Web 2.0* em seus serviços e coleções, de modo a modernizar e melhorar a interação das bibliotecas com seus usuários e aumentar os seus espaços de comunicação, divulgando informações sobre o que fazem e disponibilizam, assim como outras que podem interessar suas comunidades usuárias.

O profissional bibliotecário deve ter pelo menos um conhecimento básico das principais ferramentas 2.0 para executar trabalhos e disseminar o conteúdo de sua biblioteca por meio desse mecanismo. O profissional capaz de conhecer e dominar esses serviços pode adaptar a outras áreas e serviços e até mesmo obter melhor desempenho nas atividades. (BRITO; SILVA, 2010, não paginado).

Como as ferramentas da *Web 2.0* estão cada vez mais sendo uma realidade nos serviços de bibliotecas, Brito e Silva (2010) ressaltam algumas destas para serem aplicadas nestas unidades de informação: mensagens instantâneas, *sites* de compartilhamento, blogs, *bookmarking* social e redes sociais, como, por exemplo, o Facebook e o MySpace, sendo estas as mais destacadas nas bibliotecas.

Como afirma Maness (2007, p. 47): “Redes sociais, em vários sentidos, é Biblioteca 2.0. A face da presença da biblioteca na web no futuro pode parecer muito mais com uma interface de rede social.”. Neste contexto, entender o funcionamento das redes sociais é imperativo para as bibliotecas.

2.4 REDES SOCIAIS

Entende-se por rede social a interação de um conjunto de pessoas ou organizações ligadas entre si por objetivos comuns. Para Tomaél e Marteleto (2006, p. 75):

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

Segundo Recuero (2009, p. 25): “Rede social é gente, é interação, é troca social. É um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede.”. Ainda, “[...] em uma rede social, as pessoas são os nós e as arestas são constituídas pelos laços sociais gerados através da interação social.” (RECUERO, 2005, p. 5).

Portanto, as redes sociais existem onde há um grupo de pessoas unidas por interesses ou valores em comum e que ocorra interação entre seus integrantes. Olivieri (2003) afirma que elas se constituem por relações horizontais, interconectadas e dinâmicas, que supõe o trabalho coletivo e participativo. Além disso, o autor expõe que se sustentam através da voluntariedade e afinidade de seus membros, caracterizando-se como um importante recurso organizacional, tanto para as relações pessoais quanto para a estrutura social.

Com a *Web 2.0*, as redes sociais passaram a atuar, também, de modo virtual, através de ferramentas que permitem interação, comunicação e compartilhamento de conteúdos, enfim, as características necessárias para a formação de uma rede social. Dessa forma, os usos destas ferramentas no ambiente virtual levam à denominação de redes sociais virtuais, o que é corroborado por Machado e Tijiboy (2005, p. 01):

Com o desenvolvimento das ferramentas tecnológicas, principalmente aquelas promovidas pelo advento da Internet, emergem em nossa sociedade novas formas de relação, comunicação e organização das atividades humanas, entre elas, merecem destaque o estudo de redes sociais virtuais.

Aguiar (2012) afirma que estas ferramentas são conhecidas, ainda, como *sites* de redes sociais, plataforma de redes sociais, *softwares* sociais, redes sociais na *Web*, ou *Web 2.0* e redes sociais da internet. Segundo a autora, as ferramentas de rede social são recursos que possuem as características de rede social, ou são apropriadas por seus atores para este fim.

As redes sociais na *Web* possibilitam, então, a formação de comunidades virtuais, já que permitem comunicação e interação por um grupo de indivíduos com interesses comuns. Para Recuero (2009a, p. 146):

Comunidade virtual é uma tentativa de explicar os agrupamentos sociais surgidos no ciberespaço. Trata-se de uma forma de tentar entender a mudança da sociabilidade, caracterizada pela existência de um grupo social que interage, através da comunicação mediada por computador.

Machado e Tijiboy (2005) entendem que as redes sociais amparadas por computadores utilizam-se de diferentes recursos, como: *e-mails*, fóruns, listas de discussão, grupos de notícias, *chats*, *softwares* sociais. Esses *softwares* sociais propiciam a criação de redes sociais no ciberespaço. Conforme Lévy (1999, p. 92), ciberespaço é “[...] o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores.”.

Para Recuero (2009a), a diferença entre *sites* de redes sociais e outras formas de comunicação mediada por computador é a maneira como permitem a visibilidade, a articulação das redes sociais e a manutenção dos laços sociais instituídos no espaço *off-line*.

Ainda, conforme Recuero (2009), uma rede social não é uma ferramenta, mas apropria-se delas para expressar suas identidades, operar de maneira coletiva e construir valores. Para a autora, as redes sociais são diferentes dos *sites* que as suportam. Ela informa que o Orkut, por exemplo, não é uma rede social, e sim um *site*, já que ele proporciona conexões para os indivíduos, e que, em última análise, são as pessoas que constroem as redes. Esses *sites*, segundo a autora, portanto, expressam as redes e, dessa forma, as influenciam. Ou seja, a autora expõe que o Orkut, por si só, é um *site* e não a própria rede social. No entanto, ele permite interação, colaboração e comunicação entre os indivíduos, o que forma uma rede social. Logo, o Orkut, para a autora, é um *site* de rede social, uma ferramenta de rede social, uma rede social virtual, entre outras denominações.

Aguiar (2012, p. 53) salienta que “[...] o Facebook, o Orkut, o Flickr, o Grouply, o LibraryThing etc. são ferramentas, *sites* ou suportes para as interações que constituem as redes sociais, não a rede social em si.”. É importante ressaltar, assim, que, para haver rede social na *Web*, precisam existir pessoas se comunicando, interagindo. Neste sentido, Aguiar (2012, p. 53) afirma que

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

Para Boyd e Ellison (2007), *sites* de redes sociais são serviços baseados na *web* que permitem aos usuários: construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema, interagir com quem eles compartilham uma conexão, além de poderem visualizar e percorrer sua lista de conexões dentro do sistema. Já Aguiar (2012) considera rede social da *web* qualquer ferramenta que admita o diálogo entre seus usuários e a visibilidade deste a todos do sistema, citando algumas, como: Orkut, Facebook, Flickr, Youtube, Ning, LibraryThing, MySpace, Twitter, blogs, entre outras.

Quanto à história da criação dos *sites* de redes sociais, é necessário expor que o primeiro *site* de rede social, denominado SixDegress.com, foi lançado em 1997, permitindo aos usuários criar perfis, listar os seus amigos e, a partir de 1998, acessar as listas dos amigos (BOYD ; ELLISSON, 2007).

Esse serviço, visionário para sua época, foi fundado em Nova Iorque pelo advogado Andrew Weinreich e tinha como objetivo identificar e mapear um conjunto de relações reais com pessoas reais, que utilizavam seus nomes reais. O nome – SixDegress - evoca o conceito de que todas as pessoas do planeta podem se conectar através de uma cadeia ampliada de relacionamentos que se inicia com os amigos imediatos, avança para o “grau” seguinte (os amigos dos amigos) até chegar ao sexto “grau” (KIRKPATRICK, 2010).

O SixDegrees promoveu-se como uma ferramenta para ajudar a ligar e enviar mensagens para outras pessoas. No entanto, mesmo atraindo milhões de usuários, não conseguiu se tornar um negócio sustentável e, em 2000, foi encerrado (BOYD ; ELLISSON, 2007). O custo de desenvolvimento e operação do SixDegress era muito elevado, a internet era discada, o que tornava sua velocidade extremamente lenta,

além dos perfis não possuírem fotos. O próprio fundador do SixDegrees reconheceu que esse serviço foi implantado cedo demais para a época (KIRKPATRICK, 2010).

Após o SixDegrees, em 2001, foi lançado por Adrian Scott o *site* de rede social chamado Ryse para ajudar as pessoas a melhorar a qualidade de suas redes de negócios pessoais. Em fevereiro de 2003 surgiu o Friendster, tendo como fundador Jonathan Abrams. Este *site* de rede social, embora não fosse exatamente um *site* de relacionamento, disponibilizava ferramentas para que seus usuários pudessem encontrar pessoas. Além disso, possibilitava a inclusão de uma foto de perfil. O sucesso dessa rede foi imediato, milhões de usuários cadastraram-se, mas alguns acontecimentos fizeram com que o *site* não evoluísse, como, por exemplo, os servidores de Friendster não suportaram tantos usuários e ficaram sobrecarregados, diminuindo a velocidade de acesso (KIRKPATRICK, 2010).

Posteriormente ao Friendster, diversos *sites* de redes sociais foram sendo criados e popularizados pelo mundo, entre eles o autor cita o Orkut, o MySpace e o Facebook, por exemplo.

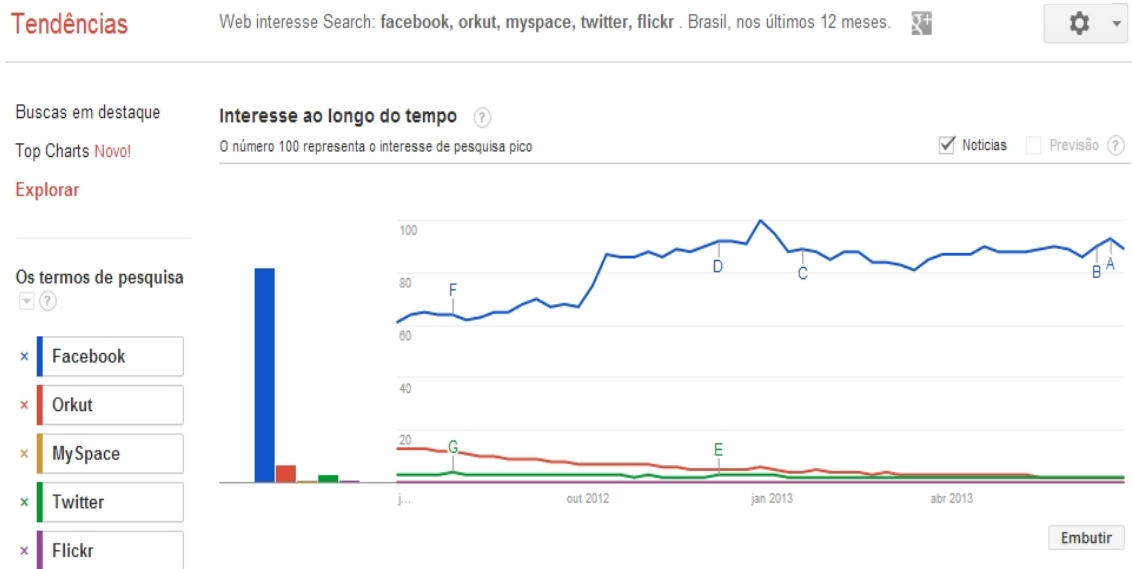
Segundo pesquisas, o público jovem lidera a audiência da internet, o que se pressupõe ser um forte indicativo de participação nas redes sociais virtuais. Deste modo, “A audiência da internet no Brasil continua relativamente jovem, com 18% dos usuários com idades entre 18-24 anos e 30% entre 25-34.” (COMSCORE, 2013).

Ainda, o IBOPE Media divulgou dados indicando que há mais de 46 milhões de usuários de *sites* de redes sociais, o que equivale a 86% dos internautas ativos da internet no período de janeiro de 2013. No mesmo mês de 2012, o total era de 40,6 milhões de usuários, tendo um crescimento de 15% (IBOPE, 2013).

Entre os *sites* de redes sociais, “O Facebook ascendeu como um forte líder da categoria, com quase 44 milhões de visitantes únicos em dezembro de 2012, 22% a mais que no ano anterior.” (COMSCORE, 2013).

Confirmando a preferência do Facebook pelo público brasileiro, a seguir apresenta-se o Gráfico 1 com um comparativo de alguns *sites* de redes sociais no Brasil nos últimos doze meses.

Gráfico 1 - Comparativo entre os sites de redes sociais no Brasil



Neste viés, Margaix-Arnal (2013, p. 591, tradução nossa) entende:

Por este motivo as bibliotecas têm começado a marcar sua presença nestes sites, para estarem onde os usuários estão, utilizar as mesmas plataformas e canais de comunicação que eles e seguir sendo relevantes no contexto de sua experiência do uso da internet.

Diante disso, o Facebook pode ser uma boa ferramenta para as bibliotecas universitárias, já que possui um maior número de acessos e usuários, levando em consideração que a maioria destes é jovem, o que aumentam as chances de serem universitários.

A seguir, apresenta-se, com mais detalhes, o Facebook, para, após, enfocá-lo nas bibliotecas universitárias.

2.5 FACEBOOK

A rede social virtual Facebook foi criada em 2004, pelo estudante da Universidade de Harvard nos Estados Unidos, Mark Zuckerberg, com o apoio de alguns colegas. Possuía como objetivo inicial ser uma ferramenta de compartilhamento de informações entre os estudantes desta universidade. “Era uma ferramenta de comunicação muito básica, destinada a resolver o problema simples

de acompanhar seus colegas da faculdade e o que acontecia com eles.”. (KIRKPATRICK, 2011, p. 37). Mais tarde, o acesso ao *site* expandiu-se para outras universidades e, posteriormente, devido ao seu grande sucesso, para outros públicos.

Seus primórdios estão baseados em projetos como os denominados Course Match e Facemash, que culminaram no Thefacebook, no dia 11 de janeiro de 2004, quando Zuckerberg fez um registro na Register.com, dando início, mais tarde, ao Facebook. Em outubro de 2005, a empresa cobria todo o mercado universitário, sendo que 85% dos estudantes americanos de ensino superior eram usuários e 60% destes visitavam o *site* diariamente (KIRKPATRICK, 2011). Neste mesmo ano, segundo o autor, o Facebook atingiu cinco milhões de usuários. Com o tempo, diversos aplicativos foram sendo desenvolvidos para o Facebook, sendo que o primeiro de maior sucesso foi o aplicativo Fotos, seguido do Eventos. “O recurso Fotos tornou-se o site de fotografia mais popular da internet em pouco tempo.”. (KIRKPATRICK, 2011, p. 170).

Com o sucesso destes aplicativos, Zuckerberg afirmou que o Facebook tinha uma integração com o diagrama social:

Fizemos uma reflexão e decidimos que o valor central do Facebook está no conjunto de conexões entre amigos [...]. Chamamos isso de diagrama social, no sentido matemático de uma série de nós e conexões. Os nós são as pessoas, as conexões são as amizades [...] temos o mecanismo de distribuição mais poderoso já criado em uma geração. (KIRKPATRICK, 2011, p. 235).

Ao se referir à “distribuição”, Zuckerberg quis expor que, ao ocorrer uma conexão com os amigos no Facebook, monta-se uma rede, o chamado diagrama social, que pode ser utilizado para distribuir qualquer tipo de informação. Ou seja, as ações feitas pelos usuários no Facebook são divulgadas às suas conexões, como mudança de status de relacionamento, adição de uma foto, anúncio de onde se passará o fim de semana. (KIRKPATRICK, 2011). Dentro desta percepção, o Facebook denomina-se como um *site* de rede social, e cresce a cada dia nesta categoria, conforme mostram as estatísticas.

O Facebook é a rede social virtual que vem ganhando maior visibilidade a cada dia. É possível compartilhar imagens, vídeos, *links* e fazer comentários em postagens. Possui, também, um aplicativo de mensagens instantâneas, onde é

possível ver quem está *online* e conversar. Ainda, há a possibilidade de criação de grupos fechados ou abertos, páginas com temáticas específicas, fóruns de discussão, entre outras funções (BRÉSCIA, 2012).

Qualquer indivíduo ou empresa pode criar uma conta nesta rede social virtual, basta ter um endereço de *e-mail* e preencher as informações básicas solicitadas pelo *site*. O cadastro pode ser feito para um perfil ou para uma página. O perfil é a linha do tempo, e deve ser criado para pessoas. Segundo o Facebook (2013), linha do tempo é a coleção de fotos, histórias e experiências que contam a história de uma pessoa. Conforme o *site*, as linhas do tempo pessoais são direcionadas a uso por indivíduos, os representando. Portanto, devem ser mantidas sob o nome de um indivíduo. Além disso, os usuários podem seguir linhas do tempo para visualizar atualizações públicas de pessoas nas quais tem interesse, mas que não estão adicionadas como amigos. Para seguir as pessoas, estas devem ter habilitado esse recurso em sua linha do tempo. Assim, basta clicar no botão Seguir, como mostra a Figura 3.

Figura 3 - Opção Seguir



Fonte: dados da pesquisa (2013)

Com relação às páginas, o Facebook (2013) expõe que estas são semelhantes às linhas de tempo pessoais e permitem que empresas, marcas, organizações e celebridades se conectem e se comuniquem amplamente com pessoas que as curtem. Ainda, fornecem informações para ajudar seus administradores a entender como as pessoas estão interagindo com elas. As pessoas podem curtir uma página para visualizar atualizações desta em seus *Feeds* de Notícias. Na Figura 4 apresenta-se o botão Curtir de uma página.

Figura 4 - Botão Curtir



Fonte: dados da pesquisa (2013)

Além de perfis e páginas, outra forma de presença no Facebook é através dos Grupos. Conforme Facebook (2013), eles oferecem um espaço fechado para a formação de pequenos grupos de pessoas com o objetivo destas se comunicarem sobre interesses em comum.

Ely (2013) expõe que o Facebook, desde sua criação, já passou por uma série de adaptações para satisfazer seus usuários e melhorar a exibição de conteúdos e interação.

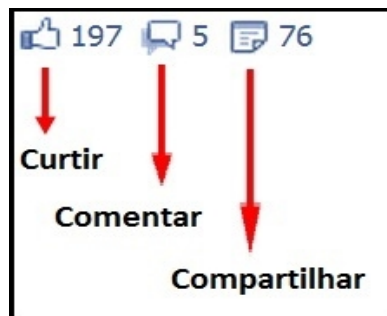
Primo (2007) considera interação clicar em um *link*, jogar *videogame*, discutir através de *e-mail* e conversar por meio de um *chat*. Para o autor, interação é “ação entre” os interagentes. Ainda, na interação mediada por computador, ele propõe dois tipos de interação: a mútua e a reativa.

Interação mútua é aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada do relacionamento, afetando-se mutuamente; já a interação reativa é limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta. (PRIMO, 2007, p. 56).

Segundo Primo (2007), na interação mútua os interagentes, ao interagirem, um modifica o outro. Cada comportamento na interação é estabelecido em virtude das ações anteriores. O relacionamento adquirido entre eles também tem influência no comportamento de ambos. A conversa por meio de *e-mail* ou *chat*, para o autor, faz parte deste tipo de interação. Já clicar em um *link* ou jogar *videogame* enquadra-se na interação reativa. “As interações reativas [...] são limitadas por certas determinações e, se a mesma ação fosse tomada uma segunda vez (mesmo que por outro interagente), o efeito seria o mesmo.” (PRIMO, 2007, p. 56).

A interação no Facebook ocorre de diversas maneiras, sendo que se destacam, por possuírem maior popularidade entre os usuários, as ferramentas curtir, comentar e compartilhar presentes nas publicações, como mostra a Figura 5. “Outro modo de interação entre os públicos é possível através das ações de comentários, curtidas e compartilhamentos sobre as postagens.”. (SILVA et al. 2013, p. 9). Já para Ely (2013, p. 83): “As ferramentas curtir, comentar e compartilhar são as que apresentam maior popularidade.”.

Figura 5 - Formas de interação



Fonte: dados da pesquisa (2013)

O Facebook, com suas diversas funcionalidades, serve, portanto, como um canal de comunicação e interação às organizações. Desse modo, essa rede social virtual ganha força e espaço entre elas, como é o caso de sua adoção pelas bibliotecas universitárias.

2.6 FACEBOOK NAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

O Facebook, devido sua grande popularidade entre os jovens e pela sua capacidade de comunicação e interação, pode tornar-se uma ferramenta benéfica às bibliotecas universitárias. Margaix Arnal (2008) recomenda a presença do Facebook nesse tipo de biblioteca, tendo em vista que:

- a) possui um considerável número de membros;
- b) tem uma cultura universitária que possibilita a biblioteca encontrar seu espaço mais facilmente;
- c) está mais aberta a novos usuários;
- d) dispõe de uma grande quantidade de aplicativos disponíveis;
- e) há muitas possibilidades de desenvolver outros aplicativos que se ajustem às necessidades das bibliotecas.

Ainda, Garcia Giménez (2010) apresenta algumas oportunidades e ameaças das redes sociais para as bibliotecas públicas, mas que se adaptam à realidade do Facebook e a das bibliotecas universitárias.

Com relação às oportunidades, enumeram-se as mais pertinentes:

- a) pode-se ter uma lista de contatos, além de divulgar informações sobre endereço, telefone *e-mail*, horários, serviços, notícias, novidades, atividades, eventos, entre outras;
- b) é possível enviar mensagens aos contatos de maneira rápida e efetiva;
- c) os usuários podem enviar *feedback* por comentários, sendo uma questão importante para a evolução dos serviços da biblioteca;
- d) criar um perfil em uma rede social é gratuito.

Quanto às ameaças, elencam-se:

- a) ter um perfil atualizado exige um investimento de tempo;
- b) fazer publicidade na rede social nem sempre é gratuito;
- c) às vezes não há pessoal atualizado nas novas tecnologias, que evoluem constantemente;
- d) não são todas as instituições que apostam nesse tipo de canal de comunicação com o público.

Nesse mesmo sentido, Aguiar (2012) relata dificuldades e vantagens da biblioteca universitária estar presente do Facebook. Com relação às dificuldades, destacam-se:

- a) atualização contínua do conteúdo;
- b) gerenciamento do perfil e manifestação do público.

Já, quanto às vantagens, citam-se:

- a) maior interação entre a biblioteca e seu público;
- b) divulgação de produtos e serviços da biblioteca;
- c) *chat* para atendimento *on-line*.

O Facebook, ainda, apresenta alguns aplicativos pré-instalados em sua plataforma que podem ser empregados pelas bibliotecas. A seguir, mostra-se uma relação destes, a partir do Quadro 1.

Quadro 1 - Aplicativos pré-instalados no Facebook

Feed de notícias	Lista que está em constante atualização sobre os históricos de pessoas e páginas seguidas.
Eventos	Cria conferências, palestras, exposições, etc., e tem a opção de convidar os usuários para estes acontecimentos.
Notas	Oferece a possibilidade de publicar textos maiores, com imagens.
Fotos/Vídeos	Podem-se inserir fotos e vídeos da própria biblioteca, dos eventos, etc.
Mensagens	Permite enviar mensagens privadas aos usuários.
Grupo	Oportuniza a criação de grupos, além de ter a opção de convidar contatos do perfil pessoal para participar.
Bate-papo	Há a possibilidade de falar com os usuários em tempo real.

Fonte: Adaptação de Garcia Giménez (2010)

Além destes aplicativos, o Facebook possui outros que podem ser úteis à biblioteca. Aguiar (2012) explica alguns destes, destacando-se:

- a) Worldcat: é um aplicativo para busca bibliográfica, sendo possível adicionar o catálogo da biblioteca no Facebook;
- b) Goodreads, Book iRead, weRead etc: possibilita recomendar resenhas, trocar opiniões e informações sobre livros;
- c) RSS: admite integrar canais RSS, possibilitando a publicação de notícias automaticamente. Por exemplo, quando um *post* é publicado no *blog* da biblioteca, ele, também, é divulgado no Facebook.

É essencial expor que o Facebook está sempre inovando seus aplicativos e interface, seguindo o princípio “beta perpétuo”, como afirma Margaix Arnal (2008, p. 594, tradução nossa):

Como a maioria de *sites* da *web* 2.0, o Facebook aplica o princípio “beta perpétuo”. Isso faz com que esteja permanentemente introduzindo pequenas novidades em sua interface de modo que alguns dos conteúdos podem variar em pouco espaço de tempo.

Tal afirmação deve ser levada em consideração pelas bibliotecas, visto que estas precisam estar em constante atualização em relações às mudanças advindas do Facebook para obterem um melhor aproveitamento das oportunidades oferecidas por esta rede social virtual.

Verifica-se, portanto, que dentro das possibilidades de exploração do Facebook, há diversas funcionalidades que permitem ser aplicadas pelas bibliotecas universitárias, oportunizando uma maior aproximação com os usuários.

O Facebook poderia ser utilizado como um espaço de divulgação e troca de informações, sugestões, críticas e comentários relacionados a produções científicas acadêmicas, um canal que possibilitasse não somente a comunicação entre os usuários e as bibliotecas, mas entre os próprios usuários (pesquisadores, docentes e discentes). (AGUIAR, 2013, p. 72).

Dessa forma, o Facebook pode ser empregado como um canal de comunicação para divulgar diversas informações da biblioteca, assim como outras que possam interessar sua comunidade usuária. Além disso, este *site* de rede social permite diversas formas de interação, destacando-se a possibilidade dos usuários poderem interagir com as postagens da biblioteca, caso lhes sejam conveniente, a partir das opções curtir, comentar e compartilhar.

Para o Facebook (2013) curtir algo que alguém publica é uma maneira fácil de dizer a esse indivíduo que a postagem foi apreciada. Gollner e Goulart (2012) corroboram com o mesmo ao se referirem que o curtir significa dizer a seus contatos da rede social virtual que o conteúdo é interessante, além de merecedor de indicação.

O compartilhamento tem como principal objetivo, segundo Kirkpatrick (2011, p. 324), “[...] aumentar a velocidade do fluxo de informações entre os usuários.”. Para Penteado e Avanzi (2013, p. 11) o compartilhamento “[...] seria uma forma explícita de passar adiante uma informação de uma outra fonte, aumentando sua visibilidade.”. Já conforme Corrêa (2013), a função compartilhar permite ao usuário apropriar-se de um *post*, disponibilizando o conteúdo dessa publicação aos outros usuários que estão conectados a ele através do Facebook.

Quanto à função comentar, a autora relata que esta permite ao usuário efetuar comentários sobre algum *post* que o interessa, tendo a possibilidade de receber um *feedback* de volta. Para Penteado e Avanzi (2013, p. 11) os comentários

“[...] demonstram um maior envolvimento do usuário, pois esse tem um maior “custo” de participação.”.

Percebe-se que essas formas de interação possibilitam à instituição, de uma maneira ou de outra, saber se suas publicações atraem os usuários e o que os mesmos pensam sobre o que foi publicado. Além do que, as informações postadas podem disseminar-se pelo Facebook, dando um maior alcance às mesmas. Assim, por meio dessas interações, a instituição pode observar o que causa mais impacto em sua comunidade usuária, podendo selecionar melhor as informações a serem publicadas no Facebook, de modo a satisfazer seus usuários.

Apesar das evidências apontarem o Facebook como o *site* de rede social mais apropriado às bibliotecas universitárias, antes de optar por ele devem-se ter alguns cuidados para obter sucesso com a escolha.

2.6.1 Escolha e manutenção de uma rede social virtual

Para que se tenha uma boa comunicação e interação com a comunidade usuária através de uma rede social virtual, é necessário escolher e manter, de forma adequada, a que mais se adapta à realidade dos usuários da instituição. Desta forma, a escolha e a criação de uma rede social na *web* para uma instituição, exigem que se planeje essa implantação, de modo a conhecer as necessidades e preferências dos usuários, os objetivos que se pretendem alcançar e de como fazer a manutenção desse espaço virtual, já que para ter sucesso, uma rede social virtual deve ser pensada anteriormente, o que corrobora com Margaix Arnal (2008b, p. 52, tradução nossa): “A presença da biblioteca nos *sítes* de redes sociais tem que ser planejada e muito cuidada. É difícil conseguir contatos, uma vez que se consiga, tem que cuidar.”.

Ainda, Margaix Arnal (2008b) expõe sobre os serviços 2.0 para as bibliotecas. Como rede social virtual pertence a essa categoria, pode-se empregar, neste estudo, suas indicações. Segundo o autor, para implantar esses serviços deve-se ter um porquê, uma justificativa, objetivos claros e que se enquadre na estratégia de serviços da biblioteca e com suas formas de comunicação.

Farkas³ (2007 *apud* MARGAIX ARNAL, 2008b) relata que um dos elementos-chave para a implantação desses serviços com êxito é a cobertura das necessidades da comunidade usuária. Além do que, o autor recomenda que, para conhecê-las, é necessário observar como os usuários leem, estudam e se informam, sem excluir outras técnicas de análises mais formais, como questionários ou reuniões com grupos de usuários.

Neste contexto, Margaix Arnal (2008) profere que é conveniente estabelecer uma estratégia de seleção do *site* de rede social mais adequado à biblioteca, sendo que o critério principal dessa escolha é as preferências dos usuários.

Após a escolha do *site* de rede social, é imprescindível planejar a maneira como será feita sua manutenção para que o mesmo seja atrativo aos usuários. É essencial pensar no conteúdo a ser postado, de forma que este tenha utilidade aos usuários, fazendo com que se interessarem pelo *site* de rede social da instituição.

Além disso, Margaix Arnal (2008b) considera o conteúdo como elemento-chave desta ferramenta. O autor relata que o segredo para a participação dos usuários está na maneira como se redige o conteúdo. Ele sugere algumas técnicas mais utilizadas para isso, como realizar perguntas, utilizar títulos que convidem a uma ação, pedir opinião.

Ainda, segundo a SECRETÁRIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA (2012) as publicações devem ser feitas de forma simples, e não complexa, evitando textos longos e complicados. Isso se deve ao fato de que, atualmente, a maioria das pessoas está com o tempo escasso, e não para ler/ver/ouvir conteúdos complexos na internet. Portanto, deve-se escolher uma forma simples e atrativa de oferecer conteúdo aos usuários.

Garcia Giménez (2010) expõe que manter e atualizar o conteúdo de uma rede social pode exigir certo trabalho do profissional da informação, mas que se deve avaliar, antecipadamente, a possibilidade de dedicar tempo e recursos suficientes a isso, pois, segundo o autor: “Um perfil vazio é um perfil estéril, podendo se esperar bem pouca coisa.”. (GARCIA GIMÉNEZ, 2010, não paginado, tradução nossa).

Além disso, é importante planejar quem serão os responsáveis pela escolha, criação e atualização dos conteúdos postados no *site* de rede social. Segundo

³ FARKAS, Meredith G. **Social software in libraries**: building collaboration, communication, and community online. Medford, N.J.: Information Today, 2007. *Apud* MARGAIX ARNAL, 2008b.

Margaix Arnal (2008b) é necessário indagar-se sobre quem vai se encarregar da geração de conteúdos, se será o pessoal da biblioteca, ou um grupo dele, quem irá assumir as novas responsabilidades.

Para Yamaschita, Cassares e Valência (2012), em um *site* de rede social é preciso publicar conteúdo de forma regular, sendo que a periodicidade deve ser definida pela instituição.

Portanto, percebe-se a importância de se delinear todo o processo de criação e manutenção de uma rede social para a biblioteca, de forma a alcançar resultados positivos perante seus usuários. Para Garcia Giménez (2010, não paginado, tradução nossa):

[...] um bom planejamento que inclua as redes sociais no conjunto de processos de trabalho da biblioteca pode oferecer vantagens tangíveis na utilização dessas novas ferramentas, traduzindo o investimento de tempo em novas oportunidades. A informação nas redes sociais é transmitida de maneira viral e exponencial, o que oferece uma ampla quantidade de possibilidades para explorar.

Com uma boa escolha e manutenção do *site* de rede social, é provável que este se torne útil às bibliotecas universitárias, de maneira a facilitar a comunicação e a interação.

Conforme Margaix Arnal (2008), uma vez que a biblioteca tenha decidido trabalhar com o Facebook, é necessária a escolha do tipo de presença mais adequada para a mesma: página, perfil ou grupo. Dessa maneira, as bibliotecas precisam optar por uma forma de apresentação de acordo com o que pretendem alcançar, apesar de que a forma de presença mais indicada, para as organizações, é a página (*fanpage*).

2.6.2 Formas de presença no Facebook

Para a escolha da forma de presença mais adequada à biblioteca, é necessário que haja um conhecimento das principais características de cada tipo de presença no Facebook. Pode-se expor que as páginas e os perfis possuem muitas funções semelhantes, como a possibilidade de inserir textos, *links*, vídeos, fotos, criar eventos e notas, enviar e responder mensagens privadas, compartilhar conteúdos de outros *sites*, páginas e amigos. Além disso, os conteúdos divulgados,

tanto da página quanto do perfil, aparecem no *Feed* de Notícias dos usuários (amigos ou fãs).

A seguir, apresentam-se as formas de presença no Facebook que a biblioteca pode optar em criar.

2.6.2.1 Página

É importante ressaltar que as páginas podem ser gerenciadas por administradores proprietários de linhas de tempo pessoais, de forma que são vinculadas pela mesma conta, com o mesmo *login*, ou podem ser criadas separadamente do perfil.

As páginas oferecem a opção de incluir informações referentes à instituição na seção Sobre. Entre elas, pode-se inserir: endereço com mapa, horário de atendimento, *site*, *e-mail*, telefone, descrição, missão, data de fundação, entre outras opções.

Margaix Arnal (2008) considera a respeito das páginas:

- a) são pensadas para as organizações, possuindo ferramentas mais adequadas para estas;
- b) os usuários podem registrar-se livremente como fãs;
- c) existem inúmeros recursos de estatísticas que fornecem informações sobre acessos e atividades dos usuários;
- e) não há como realizar publicações em murais alheios, comentar as fotos ou status etc;
- d) podem ter vários administradores;
- e) oferecem à organização uma imagem mais respeitável e com maior visibilidade.

Ainda, para o mesmo autor:

- a) as páginas não recebem avisos das atividades dos usuários;
- b) são difíceis de promover, uma vez que há a falta de ferramentas próprias para dar-se a conhecer, sendo impedidas de convidar outras pessoas para curtir-las;
- c) o conteúdo está acessível a usuários externos, não sendo necessário registrar-se no Facebook para vê-lo.

Entretanto, atualmente, se constata que as páginas possuem um sistema de notificações, avisando seus administradores sobre as ocorrências das atividades dos usuários com as mesmas. Também, para páginas que possuem vínculo com linhas de tempos pessoais (perfis), é possível criar público a partir de:

- a) envio de convites aos amigos deste outro tipo de presença no Facebook;
- b) contatos de *e-mails*;
- c) compartilhamento da página;
- d) promoção por meio de anúncios pagos.

Já para páginas que não possuem vínculo com linhas de tempo pessoais, a criação de público pode ocorrer por envio de convites aos contatos de *e-mails* e por promoção através de anúncios pagos.

Quanto ao acesso do conteúdo a usuários externos, nem sempre este está disponível a todos, visto que as configurações de privacidade permitem que se restrinja por país e por idade, controlando, assim, quem pode procurar e curtir a página. Ademais, as publicações podem ser controladas por país e idioma.

Outra questão interessante, conforme o Facebook (2013), “[...] não há limite quanto ao número de pessoas que podem curtir uma página [...]” Isso difere do perfil, que será exposto em seguida.

2.6.2.2 Perfil

O perfil tem recomendação do Facebook para ser utilizado por pessoas, e não por organizações. Possui a opção de incluir informações pessoais na seção Sobre como trabalho, educação, residência, relacionamentos, informações sobre idiomas, religião, política, telefone, *e-mail*, endereço, um espaço para escrever sobre a pessoa, dentre outras opções que estão relacionadas a um indivíduo.

Apesar disso, muitas bibliotecas têm optado por este tipo de presença no Facebook, o que, ocasionalmente, pode trazer inconvenientes, como a exclusão da conta. Conforme Behrens⁴ (2008 *apud* MARGAIX ARNAL, 2008), em certa ocasião, os perfis de bibliotecas foram eliminados pelos administradores do Facebook porque não correspondiam com nomes de pessoas.

⁴ BEHRENS, Jennifer L. About Facebook: change at the social-networking juggernaut creates new opportunities for law library outreach, **AALL spectrum**, Chicago, v. 12, n. 6, p. 14-17, 2008. *Apud* MARGAIX ARNAL, 2008.

Garcia Giménez (2010) apresenta algumas características do perfil:

- a) é possível regular o acesso aos conteúdos postados;
- b) permite chegar aos usuários potenciais de maneira direta e pessoal;
- c) apresenta maior capacidade de gerar marca e perfil diferenciado, além de consciência de grupo;
- d) possui uma limitação no número de amigos, somente 5.000;
- e) não é permitido delegar a gestão.

Ainda, para ser amigo de outro usuário, é necessário o envio e a aceitação de convites. O perfil tem disponível um recurso de bate-papo, possibilitando a conversação em tempo real.

Para Margaix Arnal (2008), uma das principais vantagens de aderir o perfil à biblioteca é a existência de muitos aplicativos disponíveis. Dessa forma, a biblioteca tem opções de personalizar sua presença no Facebook, deixando-a mais atrativa para seus usuários.

2.6.2.3 Grupo

Além dos dois tipos de contas mencionadas, as bibliotecas também podem estar presentes no Facebook através de grupos. Segundo Margaix Arnal (2008), muitas bibliotecas optam pela criação de grupos, sendo que estes podem ser criados de modo gratuito por qualquer usuário e há como outros indivíduos aderirem ao grupo por iniciativa própria ou por meio de convite de seus membros. Entretanto, atualmente, é verificado que somente usuários portadores de conta de perfil podem criar um grupo. Ainda, quanto à questão de adesão ao grupo por iniciativa própria, isso só é possível se as configurações de privacidade do grupo permitir, já que se pode ocultar a existência do grupo, de forma que somente os membros podem convidar outros usuários.

Entre as vantagens de se ter um grupo, destaca-se a sua facilidade de criação, as possibilidades de promoção ao poder convidar outros usuários a participar dele e a permissão que os administradores têm de enviar mensagens a todos os membros (MARGAIX ARNAL, 2008).

Já para Garcia Gimenez (2010), esse recurso oferece a opção de delegar a usuários a gestão total ou parcial do grupo; tem a possibilidade de gerar identidade coletiva e notificar por *e-mail* de modo simultâneo e múltiplo.

O grupo possui a opção de fazer um fórum de discussão e de enviar arquivos em formato pdf e doc. Além disso, permite a criação de eventos, o envio de fotos e vídeos e de fazer publicações.

Enfim, a presença do Facebook nas bibliotecas universitárias exige dedicação, de modo que seja atrativa às suas comunidades usuárias. De nada adianta estar presente no Facebook e não aproveitar os benefícios que esta rede social virtual pode proporcionar.

3 METODOLOGIA

Nesta seção é contemplada a metodologia empregada no trabalho. Para isso, descrevem-se a abordagem e o tipo de pesquisa, o universo da pesquisa, os instrumentos de coletas de dados, o procedimento de coletas de dados, a análise dos dados e as limitações do estudo.

3.1 ABORDAGEM E TIPO DE PESQUISA

O procedimento técnico utilizado no estudo foi a pesquisa de campo, pois envolveu o levantamento bibliográfico e determinou o emprego de instrumentos de coleta de dados, assim como as técnicas utilizadas para a análise dos dados obtidos.

Para Marconi e Lakatos (2012), a pesquisa de campo é empregada com o objetivo de obter informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se busca uma resposta, ou descobrir novos fenômenos ou as relações estabelecidas entre estes. Segundo as autoras, ela é dividida nas seguintes fases: pesquisa bibliográfica sobre o tema em questão, determinação das técnicas que serão empregadas na coleta de dados e na posterior análise destes.

Na fase da coleta de dados, a pesquisa desenvolvida deu-se em dois momentos. O primeiro constituiu-se das observações sistemáticas nos Facebooks das bibliotecas, considerando aqui, basicamente, dados quantitativos, já que mensurou variáveis através do levantamento de frequências, tendo, portanto, uma abordagem quantitativa. Santos e Candeloro (2006, p. 72) afirmam que “A pesquisa quantitativa é a que tem o objetivo de mensurar algumas variáveis, transformando os dados alcançados em ilustrações como tabelas, quadros, gráficos ou figuras.”. O segundo momento caracterizou-se pela coleta de dados com abordagem qualitativa, uma vez que os mesmos foram coletados através de entrevistas realizadas juntos aos responsáveis pela manutenção do Facebook de cada biblioteca analisada, levantando suas opiniões e percepções.

A pesquisa qualitativa pode ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos. (RICHARDSON, 2010, p. 90).

Neste contexto, pode-se afirmar que a pesquisa englobou métodos mistos, ou seja, teve uma abordagem quanti-qualitativa. Para Creswell (2010, p. 27): “A pesquisa de métodos mistos é uma abordagem da investigação que combina ou associa as formas qualitativa e quantitativa.”.

Em relação ao tipo de investigação, a pesquisa foi preponderantemente descritiva. Gil (2002) pondera que as pesquisas descritivas têm como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis, utilizando técnicas de coletas de dados, como a observação sistemática, por exemplo.

Por outro lado, no que tange à realização de entrevistas, a pesquisa assumiu um caráter exploratório. Gil (1999) afirma que as pesquisas exploratórias possuem a finalidade primordial de desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias. Para o autor, este tipo de pesquisa é realizado, principalmente, quando o tema escolhido é pouco explorado, tornando difícil formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

3.2 UNIVERSO DA PESQUISA

O universo da pesquisa constituiu-se pelas bibliotecas universitárias da UFRGS que utilizam a rede social virtual Facebook, excluindo-se, então, a biblioteca do Colégio Aplicação e a biblioteca Depositária da Organização das Nações Unidas (ONU) (por não serem consideradas bibliotecas universitárias). O levantamento deste universo deu-se no mês de setembro, quando foi constatada a existência de oito bibliotecas que utilizavam o Facebook.

3.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Para a realização da coleta de dados empregaram-se dois instrumentos: um formulário especificamente criado para anotar as observações sistemáticas feitas no Facebook de cada biblioteca estudada e um roteiro de entrevista estruturada, aplicada junto aos responsáveis pela manutenção da rede social virtual das bibliotecas pesquisadas.

No entender de Gil (1999), a observação sistemática é empregada em pesquisas que têm como objetivo a descrição precisa dos fenômenos ou o teste de hipóteses. Também, o autor afirma que, antes da coleta de dados, o pesquisador

prepara um plano específico para a organização e o registro das informações, ou seja, estabelece, previamente, as categorias necessárias à análise da situação.

Em relação às entrevistas, Marconi e Lakatos (2012, p. 80) asseguram que

A entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social.

Além disso, os autores entendem que há diferentes tipos de entrevistas, que variam de acordo com o objetivo do entrevistador, entre estas se encontram a entrevista estruturada, sendo definida como

[...] aquela em que o entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido; as perguntas feitas ao indivíduo são predeterminadas. Ela se realizada de acordo com um formulário elaborado e é efetuada de preferência com pessoas selecionadas de acordo com um plano. (MARCONI; LAKATOS, 2012, p. 82).

Os instrumentos citados que foram utilizados na coleta de dados encontram-se nos Apêndices A e B.

3.4 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

Primeiramente, no mês de setembro, verificou-se o *site* da UFRGS para listar as bibliotecas universitárias existentes desta instituição. Em seguida, a partir do perfil pessoal do Facebook da pesquisadora, buscaram-se as bibliotecas que possuem presença nesta rede social virtual, através da opção de pesquisa oferecida pela ferramenta. Ainda, para a certificação de que não se excluiu nenhuma biblioteca, foram feitas ligações telefônicas para todas as bibliotecas universitárias da UFRGS, as questionando sobre a existência de uma conta no Facebook. Os nomes das bibliotecas na pesquisa foram codificados (Biblioteca A, Biblioteca B etc.) com o intuito de preservar suas identidades.

Após, de posse do formulário que contempla os aspectos determinados para a coleta, efetuaram-se observações que cobriram aos meses de maio e junho deste ano, 2013, nos Facebooks das bibliotecas, tendo em vista que este período faz parte

do período letivo na universidade, o que tende a gerar maior comunicação e interação. É válido mencionar que, para construção do formulário de observação sistemática, observaram-se, brevemente, os Facebooks das bibliotecas levantadas com o objetivo de criar categorias de tipos de informações a serem incluídas, para posterior coleta, neste instrumento de pesquisa.

Concomitantemente à coleta de dados das observações, contatou-se, via telefone, com os responsáveis pela manutenção dos Facebooks das bibliotecas em estudo, marcando dia e horário para a realização de entrevistas. No momento da aplicação das entrevistas, as pessoas a serem entrevistadas leram e assinaram um Termo de Consentimento Informado, disponível no Apêndice C, o qual explica o objetivo do estudo, entre outras questões. Todas as entrevistas foram gravadas com o intuito de transcrever as respostas de maneira fidedigna.

Cabe ressaltar que durante a análise dos dados das entrevistas, sentiu-se a necessidade de realizar outra pergunta aos entrevistados com o objetivo de complementar o estudo. Para isto, retomaram-se às entrevistas, no entanto, por intermédio de ligações telefônicas. Estas foram gravadas por meio de um aplicativo de celular, baixado especialmente para isto, denominado *Automatic Call Recorder*. Assim, seguiu-se o mesmo princípio de manter a fidedignidade das respostas obtidas.

É importante observar que somente as publicações realizadas pelas bibliotecas foram examinadas, de modo que não se levou em consideração as dos usuários. Com relação às formas de interação advindas dos conteúdos publicados pelas bibliotecas, foram analisadas as opções Curtir, Comentar e Compartilhar. Ressalta-se que apenas as curtidas relacionadas às postagens das bibliotecas foram elencadas, uma vez que as geradas pelos comentários não fizeram parte do estudo.

3.5 ANÁLISE DOS DADOS

Concluída a coleta dos dados através das observações sistemáticas, realizou-se a análise dos mesmos, a partir de distribuições em gráficos e em uma tabela no *software Microsoft Office Excel*, de modo a visualizar melhor os resultados obtidos.

Posteriormente, com relação às entrevistas, para cada questão do roteiro de entrevista construiu-se um quadro com as partes mais significativas das respostas

dos participantes, de modo que facilitasse a compreensão e a análise destas. Ainda, quando necessário, citaram-se algumas respostas que não estão nos quadros, mas que são suscetíveis a contribuir com o desenvolvimento do estudo.

No que diz respeito à análise dos dados coletados nas entrevistas, empregou-se o método denominado análise de conteúdo. Segundo Richardson (2010), a análise de conteúdo é utilizada para estudar material de tipo qualitativo, devendo-se fazer uma primeira leitura com o intuito de organizar as ideias incluídas, de maneira que, posteriormente, se possa analisar os elementos e as regras que as determinam. Ainda, na parte da análise dos dados das entrevistas, quando necessário, estes foram relacionados com os das observações sistemáticas.

Os dados coletados foram também analisados à luz da contextualização teórica.

3.6 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

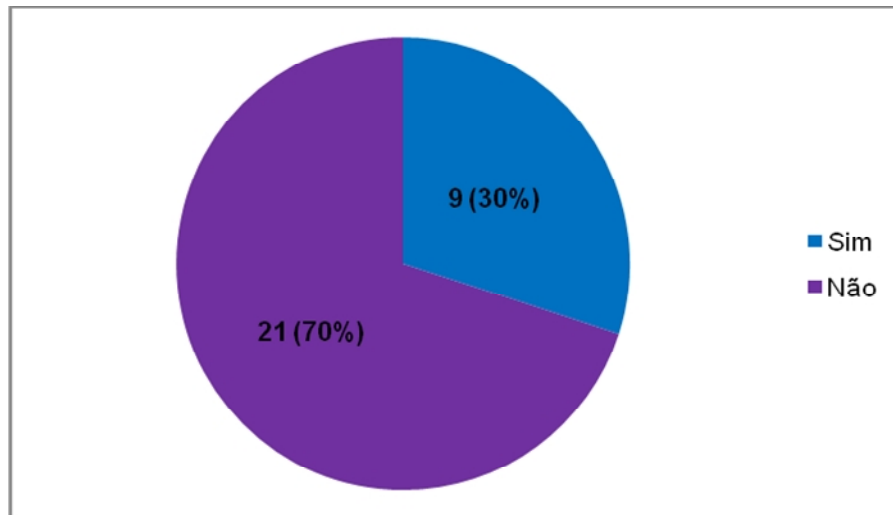
No decorrer do trabalho identificaram-se limitações de estudo relacionadas à escassa literatura acerca do assunto desenvolvido, assim como o pouco tempo para a realização de uma pesquisa mais detalhada.

Convém ressaltar, ainda, que, por uma parte do estudo ser realizada na internet, os dados levantados ao longo da pesquisa estão suscetíveis a sofrer modificações. Por exemplo, as informações publicadas pelas bibliotecas podem ser excluídas por estas. Além disso, não é descartada a possibilidade de ocorrer novas interações nas postagens avaliadas, ou, até mesmo, a diminuição destas, já que os comentários, os compartilhamentos e as curtidas podem ser desfeitos. Embora seja improvável que essas modificações aconteçam, devido ao período de análise não ser recente (maio/junho), é importante enfatizar a probabilidade de se sucederem. Desta forma, os resultados obtidos pela pesquisa, no período estipulado, podem não se manter no decorrer do tempo, caso ocorram estas variações.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Na continuidade são apresentados os resultados dos dados obtidos pela investigação. Para tanto, primeiramente, foi necessário efetuar um levantamento das bibliotecas universitárias da UFRGS que se conectam com suas comunidades usuárias através do Facebook, o que é mostrado no Gráfico 2.

Gráfico 2- Bibliotecas universitárias da UFRGS que utilizam o Facebook



Fonte: dados da pesquisa (2013)

Com a verificação, percebe-se que a grande maioria das bibliotecas universitárias da UFRGS não aderiu ao uso do Facebook: das trinta bibliotecas deste tipo, nove possuem Facebook e vinte e uma, não, o que representa 30% e 70% do total, respectivamente.

Apesar de nove bibliotecas conectarem-se com suas comunidades usuárias por intermédio do Facebook, apenas oito constituíram o estudo, já que uma das contas foi criada recentemente, quando a coleta de dados estava sendo realizada, não contemplando, portanto, o período estipulado para a análise, os meses de maio e junho.

Posteriormente ao levantamento das bibliotecas, efetuaram-se as observações sistemáticas nos Facebooks destas e as entrevistas. Deste modo, a análise dos resultados foi dividida conforme estas duas etapas distintas.

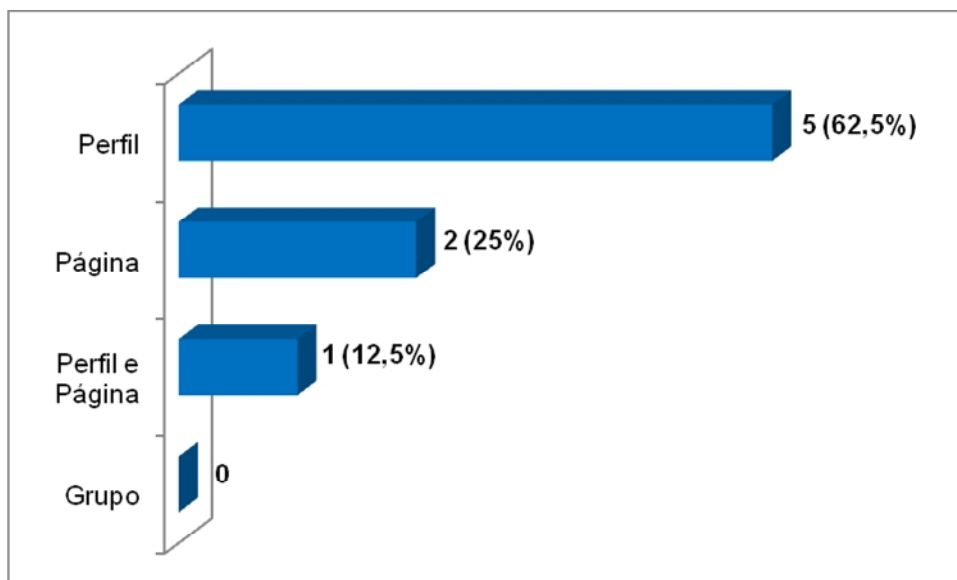
4.1 OBSERVAÇÕES SISTEMÁTICAS

A partir das observações sistemáticas nos Facebooks, a análise destas constituiu-se em três partes, a seguir apresentada: Formas de presença no Facebook, Informações divulgadas pelo Facebook e Interações nas publicações.

4.1.1 Formas de presença no Facebook

A primeira observação realizada após o levantamento das bibliotecas foi verificar a forma como estas se apresentam no Facebook. De acordo com Margaix Arnal (2008), a biblioteca pode estar presente na ferramenta como página, perfil ou grupo. Dessa maneira, seguiu-se essa orientação para a análise. O resultado é apontado no Gráfico 3.

Gráfico 3 - Formas de apresentação no Facebook das bibliotecas da UFRGS – maio-jun./2013



Fonte: dados da pesquisa

Conforme o gráfico, das oito bibliotecas que possuem Facebook, cinco destas, representando 62,5% do total, ou seja, mais que a metade, tem um perfil como forma de apresentação. Com relação à página, o tipo de presença indicado pelo Facebook para instituições, duas bibliotecas aderiram a ela. Observa-se, ainda, que uma das bibliotecas do estudo possui, além do perfil, uma página, aproveitando,

talvez, as funcionalidades dos dois tipos de contas. Além disso, nenhuma biblioteca preferiu a formação de grupo para conectar-se a seus usuários.

Isso mostra que, apesar do Facebook recomendar o uso de página para instituições, muitas bibliotecas têm optado pelo perfil. Para o Facebook (2013), o perfil representa um indivíduo e deve ser mantido sob o nome do mesmo. Portanto, utilizar um perfil para uma instituição não está de acordo com os termos do Facebook.

As Páginas do Facebook oferecem diferentes recursos para organizações, negócios, marcas e figuras públicas. Usar uma conta pessoal para representar qualquer algo além de si mesmo, é uma violação de nossos termos. (FACEBOOK, 2013, não paginado).

Entretanto, como profere Margaix Arnal (2008), não é de se estranhar que muitas bibliotecas optem por esse tipo de conta, já que possuem diversas opções de aplicativos. Entre estes está o bate-papo, não disponível na página e no grupo.

4.1.2 Informações divulgadas pelo Facebook

É imprescindível conferir que tipo de informação as bibliotecas em estudo divulgam por intermédio do Facebook, de forma a descobrir o que pretendem comunicar às suas comunidades usuárias.

Dessa maneira, através das observações nos Facebooks das bibliotecas, foram levantados os tipos de informações publicados neste *site* de rede social, para, após, contabilizá-los. São eles:

- a) serviços oferecidos pela biblioteca;
- b) eventos realizados por outras instituições;
- c) informações não relacionadas à biblioteca, mas suscetíveis a interessar os usuários;
- d) informações sobre a biblioteca relacionadas à seção Sobre;
- e) informações sobre a biblioteca através de postagens.

Cabe ressaltar que os eventos promovidos ou organizados pelas bibliotecas enquadram-se na categoria de serviços oferecidos pela biblioteca, pois são considerados um tipo de serviço.

Além disso, com relação à categoria de informações sobre a biblioteca relacionadas à seção Sobre, o Facebook, como mencionado no referencial teórico, possui em sua interface esta seção, que é um espaço reservado para a inserção de informações relacionadas ao indivíduo ou organização, por exemplo. Para cada tipo de conta, há informações específicas que podem ser adicionadas. Portanto, foi analisado se as bibliotecas inseriram as informações mais pertinentes, enquanto instituição, de acordo com o que é permitido pela conta do Facebook. Para o perfil, observou-se se as bibliotecas utilizaram as opções, a seguir, oferecidas pela ferramenta:

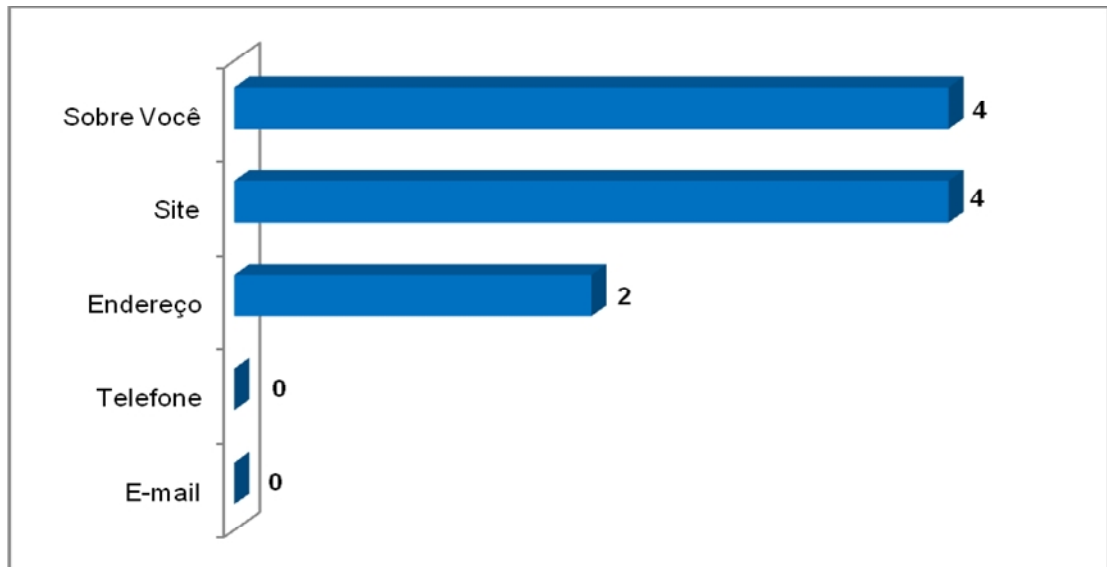
- a) endereço;
- b) site;
- c) telefone;
- d) e-mail;
- e) espaço Sobre você (livre para escrever).

Quanto à página, procurou-se por:

- a) endereço com mapa;
- b) site;
- c) telefone;
- d) e-mail;
- e) horário de funcionamento;
- f) descrição (livre para escrever).

Desta forma, apresenta-se o resultado geral no Gráfico 4, segundo as opções descritas, das seis bibliotecas que possuem perfil.

Gráfico 4 - Seção Sobre dos perfis das bibliotecas da UFRGS que utilizam o Facebook



Fonte: dados da pesquisa (2013)

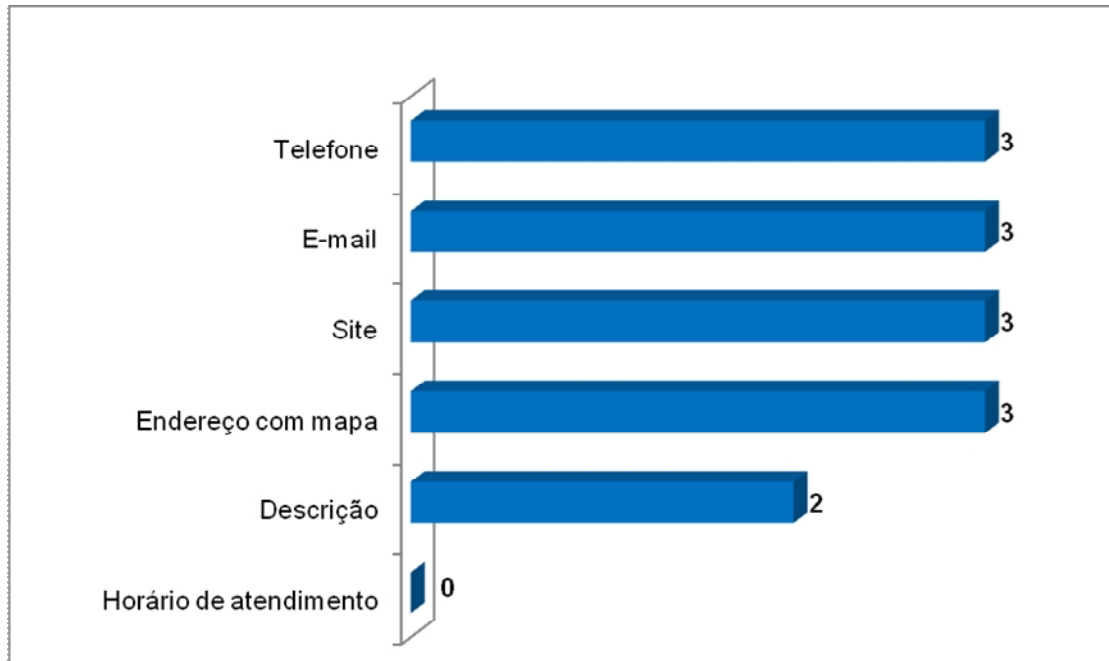
Nota-se que, das bibliotecas aderidas ao uso do perfil, nenhuma divulgou o *e-mail* e o telefone nas opções oferecidas pela Seção Sobre; duas divulgaram seus endereços e, quatro, seus *sites*, assim como quatro utilizaram o espaço Sobre Você para escrever algo da biblioteca.

Com relação ao espaço Sobre Você, uma das bibliotecas, apesar de não utilizar as opções específicas oferecidas pelo Facebook, divulgou o endereço, os *e-mails* e telefones. Ainda, nesse espaço, todas escreveram sobre seus acervos, duas sobre suas histórias, duas divulgaram o horário de atendimento e, outras duas, de forma individual, escreveram sobre equipe e missão.

Além disso, através das observações, verificou-se que as bibliotecas empregaram, no geral, as opções de informações voltadas a indivíduos, como trabalho, educação e residência.

Quanto à seção Sobre das três bibliotecas que possuem página, exibe-se o Gráfico 5.

Gráfico 5 - Seção Sobre das páginas das bibliotecas da UFRGS que utilizam o Facebook



Fonte: dados da pesquisa (2013)

Percebe-se que das três bibliotecas estudadas, todas inseriram telefone, e-mail, site e endereço com mapa; duas utilizaram a descrição para expor sobre seu acervo e história e nenhuma divulgou o horário de atendimento.

Diante desses resultados, constata-se que as bibliotecas aderidas à página, divulgam mais informações pertinentes a uma instituição na seção Sobre. Pressupõe-se que, um dos motivos disso, seja porque, nesse tipo de conta, não há opções de inserir informações pessoais, como no perfil, o que pode facilitar no preenchimento das informações mais adequadas à biblioteca.

Quanto aos outros tipos de informações levantados, a análise constituiu-se pelas observações das postagens feitas nos Facebooks das bibliotecas, tanto nos perfis quanto nas páginas, o que é mostrado no Gráfico 6.

Gráfico 6 - Tipos de informações divulgados pelas bibliotecas que utilizam o Facebook – maio- jun./2013



Fonte: dados da pesquisa (2013)

A partir da análise do gráfico, verifica-se que, durante os meses de maio e junho, as bibliotecas divulgaram em suas páginas e perfis, cento e três postagens referentes às informações não relacionadas à biblioteca, mas suscetíveis a interessar os usuários, representando 33,8% do total (305) de conteúdos divulgados. Nesta categoria, enquadra-se qualquer postagem feita pelas bibliotecas, cujo conteúdo não tenha relação com a unidade de informação que o divulgou, mas que pode ser importante à comunidade usuária, com exceção dos eventos realizados por outras instituições.

Cabe ressaltar que, apesar destes eventos possuírem informações não vinculadas à biblioteca que os postou no Facebook, eles foram colocados em uma categoria distinta, tendo em vista sua ampla divulgação pelas bibliotecas, o que, dessa forma, dá mais destaque a esse tipo de informação. Confirmando esta divulgação expressiva, a categoria de eventos realizados por outras instituições encontra-se em segundo lugar, com noventa e nove publicações. Percebe-se que a maioria das informações divulgadas nestas duas categorias mencionadas de tipos de informação está associada com as áreas de estudo contempladas pelas bibliotecas, o que pode ser útil às suas comunidades usuárias.

Quanto aos serviços oferecidos pelas bibliotecas, verifica-se que este tipo de informação ficou em terceiro lugar, correspondendo a sessenta e duas publicações.

Cabe ressaltar que a maior parte destas publicações diz respeito à divulgação de novas aquisições das bibliotecas, assim como a de eventos organizados ou promovidos pelas referidas unidades de informação.

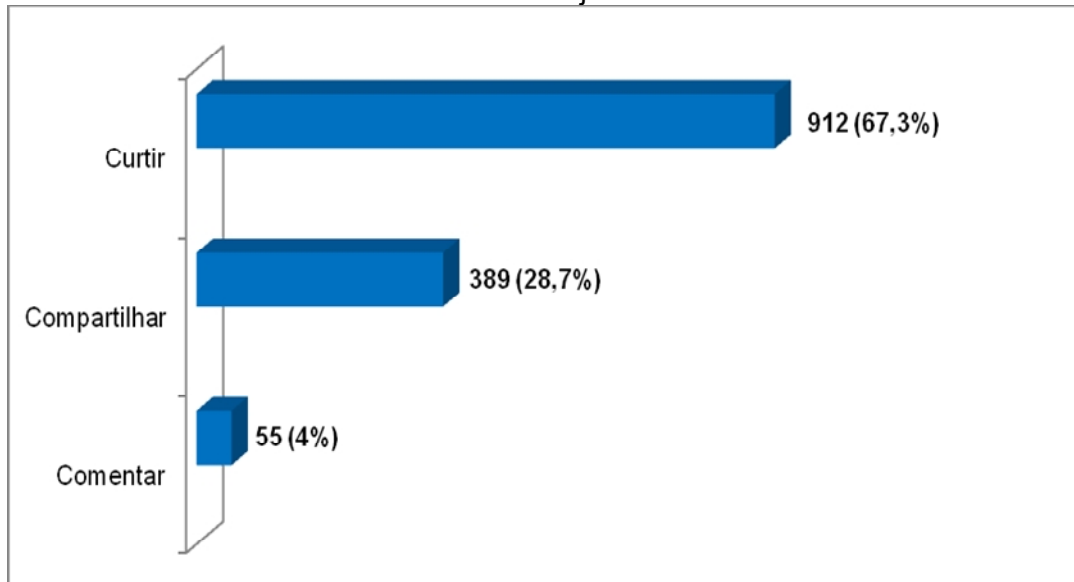
Em último lugar das categorias de tipos de informação, com quarenta e uma postagens, está a de informações sobre a biblioteca. Nesta, enquadrou-se todas as informações publicadas referentes às bibliotecas, com exceção dos seus serviços. Dentre as referidas publicações, destaca-se a de horários de funcionamento, principalmente quando há alguma alteração emergencial, como um horário diferente do normal.

4.1.3 Interações nas publicações

O Facebook oferece ferramentas que possibilitam interações entre os usuários. Dentre estes recursos, encontram-se as opções Curtir, Comentar e Compartilhar atreladas às publicações realizadas nessa rede social virtual. É importante constatar como essas formas de interação se dão a partir das postagens realizadas pelas bibliotecas, uma vez que, quando acontecem, de uma maneira ou de outra, é demonstrado que as mesmas atraíram os usuários ao ponto destes interagirem com o que foi publicado.

Dessa forma, de acordo com o Gráfico 7, foram levantadas as ocorrências destas interações a partir dos conteúdos divulgados.

Gráfico 7 - Interações nas publicações das bibliotecas da UFRGS que utilizam o Facebook – maio-jun./2013



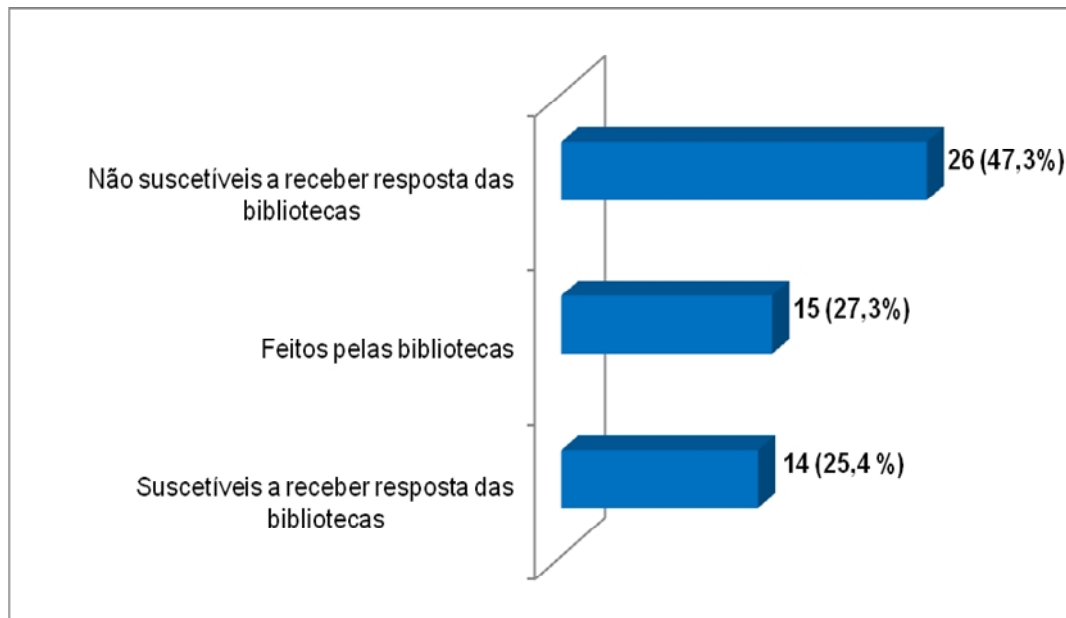
Fonte: dados da pesquisa

Das postagens realizadas pelas bibliotecas, surgiram mil trezentas e cinquenta e seis interações dentre as opções curtir, comentar e compartilhar. Destas, a que teve maior ocorrência foi a curtir, com novecentas e doze curtidas, o que representa 67,3% do total. Após, encontra-se a opção compartilhar com trezentos e oitenta e nove compartilhamentos, ou seja, 28,7% das interações, menos da metade das curtidas. Por último, está a comentar, com 4% da totalidade, contabilizando cinquenta e cinco comentários.

Pela perspectiva do Facebook (2013), como já foi citado, curtir algo que alguém publica é uma maneira fácil de dizer a esse indivíduo que a postagem foi apreciada. Portanto, a partir disso, pode-se afirmar que os usuários, dentre as opções de interações, mais apreciaram as informações publicadas do que as disseminaram entre os seus contatos, o que limitou a visibilidade que estas poderiam ter, já que, novamente segundo Penteadó e Avanzi (2013, p. 11), o compartilhamento “[...] seria uma forma explícita de passar adiante uma informação de uma outra fonte, aumentando sua visibilidade.”. Quanto à opção comentar, a interação menos realizada nas publicações das bibliotecas, Corrêa (2013), conforme já mencionado, relata que esta consente aos usuários executar comentários sobre algum post que os interessem, tendo a possibilidade de receber um *feedback* de volta.

A partir da percepção de Corrêa e acrescentando que nem todos os comentários necessitam de *feedback*, pois, inúmeras vezes, não mencionam qualquer dúvida, elogio ou crítica, é imprescindível analisá-los com mais precisão, conforme exhibe o Gráfico 8.

Gráfico 8 - Comentários nas publicações das bibliotecas da UFRGS que utilizam o Facebook – maio- jun./2013



Fonte: dados da pesquisa

Nota-se que, dos cinquenta e cinco comentários, quase a metade destes, ou seja, vinte e seis, equivalentes a 47,3% do total, foram efetuados por usuários das bibliotecas e não eram suscetíveis a receber um retorno das mesmas, visto que seus conteúdos não incitavam respostas das respectivas unidades de informação. Pela análise, estas não responderam ao que foi comentado, já que, visivelmente, não havia necessidade.

Quanto aos quinze comentários feitos pelas bibliotecas, que representam 27,3% do total, através das observações nos Facebook, constata-se que se efetivaram com o intuito de responder aos dos usuários. Observa-se a conferência desta afirmação, já que, conforme o Gráfico 8, foram realizados quatorze comentários que eram suscetíveis a receber respostas das bibliotecas. Como os comentários realizados pelas bibliotecas contabilizam em quinze, pressupõe-se que serviram para retornar ao que foi comentado, sendo que um destes retornos equivaleu-se em dois comentários.

Além de verificar as formas de interação separadamente, é importante averiguar qual o tipo de informação recebeu mais interação. Para isto, não basta contabilizar as interações de cada tipo de informação, se faz necessário relacionar seus totais com os das postagens. A Tabela 1 demonstra essa relação.

Tabela 1 - Interações por postagem para cada tipo de informação das bibliotecas da UFRGS que utilizam o Facebook – maio- jun./2013

Tipos de informações	Postagens	Interações	Interações por postagem
Serviços oferecidos pela biblioteca	62	397	6,4
Informações sobre a biblioteca	41	206	5,0
Informações não relacionadas à biblioteca, mas suscetíveis a interessar os usuários	103	515	5,0
Eventos de outras instituições	99	238	2,4

Fonte: dados da pesquisa

Com a análise da tabela, percebe-se, que, embora as informações não relacionadas à biblioteca, mas suscetíveis a interessar os usuários tenham possuído um maior número de interações, o tipo de informação que recebeu mais interações, trezentas e noventa e sete, relacionado com o total de postagens, sessenta e dois, foi o de serviços oferecidos pelas bibliotecas, com uma média de 6,4 interações por postagem. Ou seja, apesar de não ter sido o tipo de informação mais divulgado pelas bibliotecas, foi o que recebeu mais interação no geral, analisando a média de interações por postagem, ficando explícito maior interesse dos usuários por estas publicações.

Após, com uma média de cinco interações por postagem, encontram-se dois tipos de informações: informações não relacionadas à biblioteca, mas suscetíveis a interessar os usuários, e informações sobre a biblioteca. O primeiro, como exposto, teve o maior número de interações, quinhentos e quinze, entretanto, também, possuiu mais postagens pelas bibliotecas, cento e três, o que confere à média uma boa representatividade de interações por postagem. O segundo, apesar de ter sido o tipo de informação menos divulgado pelas bibliotecas, com quarenta e uma postagens, não se constituiu, pela média de interações por postagem, no que

despertou menor interesse dos usuários. Neste viés, embora os eventos realizados por outras instituições tenham sido o segundo tipo de informação mais divulgado pelas bibliotecas, com noventa e nove postagens, percebe-se que foi o terceiro a receber interações, com duzentos e trinta e oito destas, o que estabeleceu uma média de 2,4 interações por postagem, pressupondo-se que, deste modo, despertou menos interesse aos usuários dentre todos os tipos de informação.

Ainda, para complementar a análise do presente trabalho, realizaram-se entrevistas com os responsáveis pela manutenção dos Facebooks das bibliotecas em estudo.

4.2 ENTREVISTAS

A seguir apresentam-se os resultados das entrevistas realizadas juntos aos responsáveis pela manutenção do Facebook. É importante ressaltar que a comunicação e a interação no Facebook podem ser aprimoradas se a implementação da conta for feita de forma planejada e se houver uma manutenção adequada com relação aos conteúdos divulgados nessa rede social virtual.

A partir disso, verifica-se no Quadro 2 as suas respectivas perguntas com as respostas.

Quadro 2 - Quais as razões que levaram a biblioteca a querer estar presente no Facebook?
A biblioteca teve algum objetivo quanto a isto?

Bibliotecas	Razões	Objetivos
Biblioteca A	Pensamos fazer o Facebook para ampliar o contato com os alunos.	O objetivo era divulgar notícias, serviços, dar informações aos alunos sobre cursos que o sistema de bibliotecas oferece, que todos os alunos podem fazer, não só os alunos da nossa unidade.
Biblioteca B	Então, um dos motivos era esse: cobrir as lacunas que eu acho que o <i>site</i> não contempla e também estar onde a maior faixa etária dos nossos usuários está. Claro, que temos todas as faixas etárias como usuários, mas, basicamente, se intui que a maior faixa etária dos nossos usuários está muito nas redes sociais.	Mais ou menos dois objetivos. Um deles é complementar as informações que tem no <i>site</i> . Então, um dos motivos era esse: cobrir as lacunas que eu acho que o <i>site</i> não contempla e também estar onde a maior faixa etária dos nossos usuários está. Claro, que temos todas as faixas etárias como usuários, mas, basicamente, se intui que a

		maior faixa etária dos nossos usuários está muito nas redes sociais.
Biblioteca C	A principal razão foi que percebemos que a maioria dos nossos usuários está no Facebook. Então, quisemos entrar no universo do usuário.	O objetivo principal era a divulgação da biblioteca, dos serviços de informação, chegar mais no universo do usuário, se adaptar a ele e fazer essa ponte de comunicação.
Biblioteca D	A conta foi feita antes da minha chegada, na verdade. Ela foi criada através de um projeto de uma aluna da Biblio, que era bolsista. Provavelmente para um trabalho da faculdade. A criação não foi planejada, não entrou em um planejamento da biblioteca.	Não teve, pois não foi planejada.
Biblioteca E	A vontade de ter um Facebook surgiu com a sugestão de uma funcionária, ela estava olhando que outras bibliotecas tinham feito. Eu gostei da ideia. Daí eu vi como as bibliotecas tinham feito e vi que dava para fazer também, mas não foi nada bem planejado.	Na época, não tive um objetivo.
Biblioteca F	Olha, pensamos em estar no Facebook porque é um dos meios que os alunos utilizam para se comunicar. Então, estar de fora do Facebook é perder uma ferramenta de interação com eles.	De certa forma, criamos para estar mais próximos dos alunos, principalmente, que são os que mais usam o Facebook, mas não sei se tivemos um objetivo muito definido.
Biblioteca G	A idéia era melhorar a comunicação com os alunos. Tem a página da biblioteca com informações mais perenes e o Facebook seria pra comunicar alguma coisa mais pontual, mais emergente, mais urgente aos alunos.	O objetivo, então, era a comunicação aos usuários das notícias mais urgentes.
Biblioteca H	A principal razão era estar onde os usuários estão. Hoje em dia todo mundo está conectado ao Facebook.	O objetivo era de servir como um canal de comunicação para comunicar os treinamentos que são oferecidos, além do que temos um blog e todos os posts do blog vão para o Facebook. É mais como um canal de comunicação à biblioteca.

Fonte: dados da pesquisa (2013)

Conforme já mencionado no referencial teórico, Margaix Arnal (2008b) profere que para implantar serviços 2.0 em uma biblioteca, como um *site* de rede social, deve-se ter um porquê, uma justificativa e objetivos claros.

Com isso, a partir das respostas recebidas, percebe-se que a maior parte das bibliotecas quis estar presente no Facebook para se aproximar de seus usuários, em razão de entender que os mesmos encontram-se nesta rede social virtual. Nessa perspectiva, enquadram-se, também, as que mencionaram melhorar a comunicação com seus usuários e a que desejava ampliar o contato com estes, pois, para isso, é necessário estar onde a comunidade usuária se encontra. Não há como melhorar a comunicação em uma rede social virtual se o público almejado não estiver conectado a esta.

As referidas respostas corroboram com Margaix Arnal (2008), pois o autor relata que as bibliotecas têm começado a marcar presença nos *sites* de redes sociais com o intuito de estar onde os usuários estão e usar as mesmas plataformas e canais de comunicação que eles. Neste caso, o Facebook é o *site* de rede social mais utilizado no Brasil, conforme já detectado a partir do gráfico do *Google Trends* e das estatísticas do comScore de 2013.

Além disso, dois respondentes indicaram como razão para a utilização do Facebook a complementação de informações dos *sites* oficiais de suas bibliotecas. Um destes mencionou, ainda, que era para cobrir as lacunas que o *site* não contempla, pois segundo ele:

O *site* pelo próprio formato é um pouco mais estático. Ele até tem alguma flexibilidade de entrar e modificar, mas ninguém modifica tanto e faz o *site* ficar tão vivo quanto o contato via rede social. (informação verbal)⁵.

Para Aguiar (2012), as ferramentas tradicionais (*e-mail*, *site* oficial etc.) não possuem características que facilite a publicação de informações. Portanto, estar nas redes sociais virtuais, como no Facebook, por exemplo, propicia uma maior divulgação de informações aos usuários.

É válido mencionar, como se verifica no quadro, que um dos entrevistados misturou, na fala, os objetivos com os motivos que levaram a biblioteca a querer

⁵ Trecho de entrevista concedida pelo respondente da Biblioteca B.

estar presente no Facebook, podendo ser o indicativo que os objetivos a serem alcançados foram as razões de criar uma conta neste *site* de rede social.

Ainda, quatro respondentes mencionaram que o objetivo de ter criado uma conta no Facebook, praticamente, foi o de servir como um canal de comunicação para a divulgação dos vários tipos de informações, como notícias, serviços, cursos etc. Além disso, três bibliotecas pretendiam estar onde os usuários estão, sendo que um respondente, apesar disso, não sabia dizer se teve um objetivo muito definido na criação da conta. Nota-se que estes entrevistados já haviam remetido a essa questão de proximidade com os usuários quanto aos motivos que levaram as bibliotecas a estar presente no Facebook, podendo indicar que este objetivo tenha sido uma das razões que as motivaram a criar uma conta.

De todos os entrevistados, duas respostas foram relativas à falta de planejamento para a criação da presença no Facebook. Entretanto, um deles relatou que, atualmente, a biblioteca possui objetivos claros. Entre estes está a interação dos usuários advinda da comunicação:

[...] um dos objetivos é manter um canal de comunicação atual, que possibilite ao usuário ter uma interação com a biblioteca, porque não é aquela coisa estática que só se colocam as coisas ali. O usuário tem como interagir, como, de repente, comentar se gosta do que foi publicado. É possível descobrir mais pelo o que ele se interessa, especificamente. (informação verbal)⁶.

A interação no Facebook, como já exposto, pode ocorrer de diversas formas, entre elas está a opção comentar, citada pelo respondente. Percebe-se, nas observações sistemáticas, que essa opção foi a menos realizada nas postagens feitas pelas bibliotecas, limitando o conhecimento destas com relação à opinião dos usuários sobre as publicações. Quanto à questão de descobrir mais pelo o que os usuários se interessam, novamente, nas observações sistemáticas, foi possível verificar qual o tipo de informação recebeu mais interação, ou seja, o que despertou mais interesse nos usuários, através da média de interações por postagem. No período analisado, o tipo de informação que gerou maior interesse nos usuários foi o de serviços oferecidos pelas bibliotecas.

⁶ Trecho de entrevista concedida pelo respondente da Biblioteca E.

Por fim, apesar de se pressupor que o Facebook é um dos *sites* de redes sociais mais utilizado pelos usuários, isso não deve desconsiderar a necessidade de consultá-los para o levantamento de suas preferências e necessidades, como é exposto no Quadro 3.

Quadro 3 - Houve uma consulta com os usuários para o levantamento de suas preferências entre os sites de redes sociais e de suas necessidades?

Bibliotecas	Respostas
Biblioteca A	Não. Para as redes sociais não houve consulta aos usuários. A equipe se reuniu e lançamos a ideia, que foi recebida com otimismo.
Biblioteca B	Não, não houve. Eu considero que o <i>site</i> e o Facebook são necessários, nenhum elimina o outro, visto que têm funções diferentes. O <i>site</i> eu considero mais formal, tem uma comunicação mais formal. O Facebook é exatamente o contrário, ele pode ser mais informal, ele é mais imediato e para casos de urgência.
Biblioteca C	Antes de criar o Facebook, fomos atrás do que os usuários queriam. Temos uma pesquisa de satisfação permanente aqui, e tentamos moldar a biblioteca com os interesses dos usuários. Eles pedem o que querem e nós corremos atrás e tentamos oferecer, tanto no meio físico da biblioteca quanto no meio virtual. Tudo o que se faz, se considera a avaliação.
Biblioteca D	Não. Acabamos fazendo consulta com os usuários para outras coisas, mas não sobre o Facebook.
Biblioteca E	Não, como te falei não foi feito um trabalho, uma coisa amadurecida, foi no impulso.
Biblioteca F	Não, não chegamos a fazer. Fizemos porque sabemos que o Facebook é muito usado, mas não foi feita uma pesquisa com os usuários.
Biblioteca G	Não. Nós fizemos uma reunião aqui na biblioteca e daí foi decidido que a biblioteca entraria no Twitter e no Facebook.
Biblioteca H	Não. Não foi feito nada antes, foi só simplesmente criado.

Fonte: dados da pesquisa (2013)

De acordo com Margaix Arnal (2008) é conveniente estabelecer uma estratégia de seleção do *site* de rede social mais adequado à biblioteca, sendo que

o critério principal dessa escolha é as preferências dos usuários. Além disso, Farkas⁷ (2007 *apud* MARGAIX ARNAL, 2008b) relata que um dos elementos-chave para a implantação dos serviços 2.0, no caso, o Facebook, com êxito é a cobertura das necessidades da comunidade usuária.

Com base nas respostas recebidas, percebe-se que somente uma biblioteca consultou seus usuários antes da criação da conta no Facebook com o intuito de conhecer o interesse dos mesmos. As outras criaram sua conta sem nenhuma consulta à comunidade usuária, sendo que um respondente relatou que a biblioteca decidiu estar presente no Facebook pelo fato de saber que este é muito usado pelos seus usuários. Neste viés, na questão que mencionava as razões que levaram a biblioteca a querer estar presente no Facebook, a maioria das respostas foi referente à proximidade dos usuários que as bibliotecas poderiam obter a partir do uso deste *site* de rede social, pois entendiam que a maior parte de suas comunidades usuárias encontra-se nele. Portanto, acredita-se que a maioria das bibliotecas baseou-se nessa concepção para criar uma conta no Facebook sem consultar seus usuários.

É válido mencionar a resposta de um entrevistado referente à necessidade de ter o Facebook e o *site* da biblioteca, pois nenhum elimina o outro, mas se completam. Isto é corroborado por Margaix Arnal (2008b), pois este considera que a presença de uma rede social virtual não pode substituir o *site* da biblioteca, porém pode ajudar a estar presente no contexto de informação e de relacionamento com o usuário. Ou seja, está correto não substituir o *site* pelo Facebook, pois cada ferramenta tem sua função.

Enfim, apesar do Facebook ser considerado uma ferramenta de comunicação e interação popular, isso não deve impedir que as bibliotecas consultem suas comunidades usuárias para descobrir as preferências destas entre os *sites* de redes sociais e de suas necessidades, até mesmo porque, a partir das necessidades dos usuários, pode-se detectar que tipos de informação são mais pertinentes a eles.

Todavia, mesmo que na criação da conta não tenha sido feita uma consulta com os usuários, ainda, pode-se fazê-la de modo a levantar suas necessidades, podendo selecionar melhor os conteúdos a serem divulgados pelo Facebook,

⁷ FARKAS, Meredith G. **Social software in libraries**: building collaboration, communication, and community online. Medford, N.J.: Information Today, 2007. *Apud* Margaix Arnal, 2008b.

tornando-o, dessa forma, uma ferramenta mais atrativa às suas comunidades usuárias.

De qualquer maneira, a biblioteca, decidindo trabalhar com o Facebook, precisa escolher o tipo de presença que mais se adéqua a ela: página, perfil ou grupo (MARGAIX ARNAL, 2008). A partir disso, verifica-se o Quadro 4.

Quadro 4 - Quais os motivos de escolha quanto à criação da conta do Facebook como página/perfil?

Bibliotecas	Respostas
Biblioteca A	Quando criamos não tínhamos conhecimento que dava para criar página. Daí, criamos um perfil, fomos alimentando este perfil e usando também o bate-papo para atender as dúvidas dos usuários.
Biblioteca B	Para falar a verdade, eu, pessoalmente, não tenho Facebook. Agora que estou conhecendo mais a dinâmica do Facebook, de como ele funciona. Quando eu fiz a conta, nem percebi a diferença de <i>fanpage</i> e perfil.
Biblioteca C	Criamos nossa conta como perfil por causa do <i>chat</i> , principalmente.
Biblioteca D	A conta surgiu fora de um planejamento. Depois até foi discutido se permaneceria perfil, ou não, e qual seria o uso dele.
Biblioteca E	Eu fui analisando o que as outras bibliotecas tinham feito. Aí, eu fiz mais ou menos como elas. Eu meio que copieei o que já tinham feito.
Biblioteca F	Primeiro, criamos um perfil, mas, depois, lendo as políticas do próprio Facebook, vimos que não podia. Eu percebi que não tinha desvantagem em mudar de uma conta para outra. Daí, resolvemos criar a página. Conseguimos migrar todos os amigos para página e eles viraram fãs. Assim, não perdemos os amigos.
Biblioteca G	No momento em que criamos a conta, não tinha outra opção além da página. Não tinha como criar perfil de usuário normal. Nós tentamos três vezes criar perfil, pois não nos convencíamos disso. Nós desde o início deixamos claro que era uma biblioteca universitária no momento da criação dos tópicos que tem que responder, sempre colocamos isso. Não sei se foi por que o Facebook considera a biblioteca uma empresa. Não sei os motivos.

Fonte: dados da pesquisa (2013)

Houve a necessidade de adaptar essa questão para a Biblioteca H, já que esta possui duas contas no Facebook, como é mostrado no Quadro 5.

Quadro 5 - Quais os motivos de escolha quanto à criação de uma página e de um perfil para a biblioteca?

Biblioteca	Resposta
Biblioteca H	Inicialmente foi criado o perfil para divulgar informações, e, depois, foi criada a página para aproveitar um pouco mais essas funções que o Facebook tem, como as estatísticas.

Fonte: dados da pesquisa (2013)

Para que a escolha da forma de presença no Facebook constitua-se de maneira mais apropriada, é necessário que a biblioteca pense, anteriormente, nos recursos da ferramenta que pretende utilizar. Entretanto, para isso, é imperativo ter um conhecimento das principais funcionalidades de cada tipo de conta, de modo a escolher o mais pertinente às suas necessidades.

Pelas respostas obtidas, a maioria das bibliotecas criou sua conta no Facebook não pelos recursos que esta oferece e, sim, ou por desconhecimento das funcionalidades de cada tipo de conta para perceber a diferença entre eles e adotar o mais adequado às suas necessidades, ou criou por falta de planejamento, não refletindo no que poderia explorar.

É válido mencionar que duas bibliotecas criaram suas contas (perfil e página) em função de recursos peculiares a cada uma destas: bate-papo e informações da página (mencionadas muitas vezes como estatísticas). O bate-papo, conhecido também como *chat*, é um recurso específico do perfil, sendo muito utilizado pelas bibliotecas para atendimento virtual aos alunos. Há autores que veem como benefício a utilização deste recurso nas bibliotecas universitárias. Neste sentido, Aguiar (2012) considera vantajoso o uso do *chat* para atendimento *on-line*, enquanto Dickson e Holley (2010) sugerem a utilização dessa funcionalidade do Facebook. Com relação às estatísticas, estas são recursos oferecidos pelas páginas, que, de acordo com Margaix Arnal (2008, p. 594, tradução nossa), “[...] fornecem informações sobre acessos e atividades dos usuários.”.

Como já referido no referencial teórico, esses dois tipos de contas são parecidos em várias funções, entretanto têm algumas diferenças que devem ser avaliadas no momento da criação, de modo a optar pelo que mais pode oferecer vantagens à biblioteca.

Além disso, uma das bibliotecas mencionou a transformação do seu perfil em página para ficar com a conta conforme as políticas do Facebook, já que, como foi

exposto, as perfis não são indicados para uso de instituições. Segundo o Facebook (2013, não paginado): “Se você [...] estiver usando sua conta para representar algo além de si mesmo, você poderá arriscar a perder acesso permanentemente à sua conta e todo o seu conteúdo se não convertê-la em uma página.”.

Na migração de perfil para página, como a biblioteca relatou e confirmando pelo Facebook (2013), é feita a transferência de todos os amigos e seguidores do perfil para a página e esses contatos transformam-se em pessoas que curtiram a página, ou seja, em fãs. Portanto, pode ser uma vantagem para a biblioteca migrar de perfil para página, pois além de ter estatísticas, não corre o risco de perder sua conta, exceto nos casos em que utiliza o bate-papo como ferramenta de interação com seu público, uma vez que a página não possui este recurso. Logo, a biblioteca tem que avaliar o que é mais benéfico a ela.

Nota-se, também, que um respondente mencionou não ter conseguido criar um perfil, apenas uma página, por falta de opção do Facebook. Ele destaca que, desde o início da criação, sempre colocou que era uma biblioteca universitária e que não conhece os motivos de não ter conseguido criar um perfil, não sabe se foi por que o Facebook considera a biblioteca uma empresa e por isto impediu a criação. Behrens⁸ (2008 *apud* MARGAIX ARNAL, 2008) profere que, em certa ocasião, os perfis de bibliotecas foram eliminados pelos administradores do Facebook porque não correspondiam a nomes de pessoas. Dessa maneira, pode-se deduzir que assim como os administradores do Facebook excluíram perfis de bibliotecas por não possuírem nomes de indivíduos - que é o indicado - pode ser que os mesmos tenham impedido a criação da conta, já que iria ter o nome de uma instituição.

A seguir, no Quadro 6, é apontada a satisfação dos respondentes quanto à escolha do tipo de presença no Facebook.

⁸ BEHRENS, Jennifer L. About Facebook: change at the social-networking juggernaut creates new opportunities for law library outreach, **AALL spectrum**, Chicago, v. 12, n. 6, p. 14-17, 2008. *Apud* Margaix Arnal, 2008.

Quadro 6 - Está satisfeito (a) com o que foi escolhido?

Bibliotecas	Respostas
Biblioteca A	A princípio, sim. A única desvantagem do perfil é que acabamos vendo muitas coisas pessoais dos nossos contatos, mas não chega a ser uma coisa que prejudique.
Biblioteca B	Acho que sim. Acho que o perfil atende bem. Mas, acho que, ainda, tem algo que está um pouco perdido, pois apesar de estar onde a maioria dos alunos está, tem coisas que sentimos que eles não leem ou que não prestam atenção. Apesar de a biblioteca estar satisfeita, de eles manifestarem satisfação com o atendimento virtual que recebem, acho, ainda, que é pouco. Poucos alunos procuram, poucos se manifestam, mesmo que nos coloquemos disponíveis. Eu gostaria de ter mais retorno.
Biblioteca C	Bastante. Nós temos um retorno bem grande com o perfil.
Biblioteca D	Estou. O perfil está sendo suficiente para o que a biblioteca precisa e para o que nós determinamos posteriormente à criação.
Biblioteca E	Sim. Eu não tenho como comparar porque não temos a página para ver qual seria diferença, mas estou satisfeita. Eu diria que não temos tantos amigos, mas sempre existe o retorno também. Talvez não aquilo que eu esperava, eu achei que fizesse mais sucesso, mas acho que é um canal a mais e eu percebo, sim, que as pessoas olham, curtem, se interessam por algumas coisas. Eu só tenho que, de repente, teria que pensar em coisas que chamem mais atenção. Teria que parar, realmente, para pensar nisso, fazer com que as pessoas se interessem mais.
Biblioteca F	Sim, acho que a página cumpre a sua função. Eu vejo que os usuários interagem, então, eles recebem as atualizações. Acho que foi uma boa a migração. Ficou mais profissional.
Biblioteca G	Penso que sim, pelo que nós pretendíamos, sim.

Fonte: dados da pesquisa (2013)

No Quadro 7, segue a questão feita ao respondente da Biblioteca H.

Quadro 7 - Está satisfeito(a) com as duas contas? Percebe que alguma delas é mais adequada à biblioteca?

Biblioteca	Resposta
Biblioteca H	Acho que o perfil e a página se complementam, não dá pra escolher nem um e nem outro porque tem coisas que precisa do perfil para fazer. Então, as duas contas se complementam.

Fonte: dados da pesquisa (2013)

Todos os entrevistados mencionaram satisfação quanto à escolha da conta no Facebook. Todavia, dois relataram que esperavam um retorno maior por parte dos usuários. Um deles até mencionou que deveria pensar em coisas que chamassem mais atenção dos usuários, mas teria que parar, realmente, para refletir sobre isso, para fazer com que as pessoas tenham mais interesse. Em outra ocasião, esse mesmo respondente expôs sua falta de tempo quanto à atualização do Facebook: “[...] quem coloca as coisas no Face, normalmente, sou eu. E, assim, quando tenho tempo, pois além de fazer meu trabalho técnico, tenho que ver toda a parte administrativa.”. (informação verbal)⁹.

Segundo Garcia Giménez (2010), ter um perfil atualizado exige um investimento de tempo. Já para Aguiar (2012), umas das dificuldades do Facebook para as bibliotecas universitárias é a atualização contínua do conteúdo. Relacionando as afirmações desses dois autores, pode-se afirmar que a atualização do conteúdo é uma das dificuldades que as bibliotecas encontram em virtude da falta de tempo.

Outra dificuldade das bibliotecas referentes ao uso do Facebook, de acordo com Aguiar (2012), é a manifestação do público. Nesse sentido, é importante destacar parte do posicionamento de um entrevistado:

[...] apesar de estar onde a maioria dos alunos está, tem coisas que sentimos que eles não leem ou que não prestam atenção. Apesar de a biblioteca estar satisfeita, de eles manifestarem satisfação com o atendimento virtual que recebem, acho, ainda, que é pouco. Poucos alunos procuram, poucos se manifestam, mesmo que nos coloquemos disponíveis [...] (informação verbal)¹⁰.

Por esses motivos, é imprescindível planejar a possibilidade de dedicar um tempo para a manutenção do Facebook, como a escolha de conteúdos a serem publicados. Dessa forma, a probabilidade de aumentar o interesse, e, por consequência, a manifestação do público, torna-se mais evidente.

⁹ Trecho de entrevista concedida pelo respondente da Biblioteca E.

¹⁰ Trecho de entrevista concedida pelo respondente da Biblioteca B.

Além disso, perguntou-se aos entrevistados, o que é demonstrado o Quadro 8, como foi efetuada a escolha do(s) responsável(s) pela criação/seleção dos conteúdos que serão publicados no Facebook.

Quadro 8 - Como foi feita a escolha de quem seria o responsável(s) pela criação/seleção dos conteúdos a serem postados no Facebook?

Bibliotecas	Respostas
Biblioteca A	Bibliotecário com interesse em referência, em estudo de usuários, nessas áreas. O pessoal do processamento técnico não se interessou muito por fazer esse trabalho.
Biblioteca B	A escolha foi uma coisa natural, pois como eu já trabalhava com o <i>site</i> da biblioteca, acabei ficando com a responsabilidade do Facebook, também.
Biblioteca C	Na época da criação foram escolhidos só os bibliotecários, a princípio, para postarem informações no Facebook, mas a biblioteca está pensando em abrir para estagiários também e outros funcionários.
Biblioteca D	A escolha foi feita pela chefia. Como eu era o responsável pelo <i>site</i> da biblioteca, acabei ficando responsável também pelo conteúdo do Facebook, juntamente com ela. Então nós dois somos os responsáveis pela atualização do conteúdo do Facebook.
Biblioteca E	Então, não foi muito planejado. Eu escolho o que deve ser postado e outra colega, também. Mas depois vou falar para o pessoal que se tiverem qualquer ideia, que também ajudem. Quanto mais gente tiver, mais fontes, digamos assim, quanto mais pessoas alimentarem, mais interessante fica.
Biblioteca F	Na verdade, ficou sob a responsabilidade do bibliotecário de referência. Foi uma escolha natural, como tem o setor de referência, ficou com a responsabilidade deste bibliotecário, que, no caso, sou eu.
Biblioteca G	Não houve uma seleção, digamos planejada, de quem seria o responsável. Na verdade, os quatro bibliotecários são responsáveis, os quatro têm acesso para atualizar as informações no Facebook, em função do horário de atendimento da biblioteca, das férias, de licença saúde. Então, qualquer uma de nós pode estar atualizando as informações.
Biblioteca H	Foi mais a questão de identificação de perfil mesmo, que como eu gosto de mexer com essas coisas, acabou sendo esse motivo. Foi um acordo do setor de Serviço ao Usuário.

Fonte: dados da pesquisa (2013)

Convém ratificar a declaração de Garcia Giménez (2010) na qual ele afirma que manter e atualizar o conteúdo de uma rede social pode demandar trabalho e que, portanto, devem-se avaliar, antecipadamente, as possibilidades de destinar tempo e recursos para isso, já que, de acordo com o autor, pode-se esperar pouco retorno de um perfil vazio. Dessa maneira, pensar nos responsáveis pela criação/seleção dos conteúdos a serem postados no Facebook envolve essas questões citadas pelo autor.

Além disso, Margaix Arnal (2008b), afirma que é necessário indagar-se sobre quem vai se encarregar da geração de conteúdos, quem irá assumir as novas responsabilidades.

É imprescindível destacar que o Facebook, como possui a opção de compartilhar conteúdo de outros usuários ou, até mesmo, de *sites*, através dos *links*, não se deve pensar somente na criação do conteúdo da biblioteca, mas, também, na seleção do que deve ser compartilhado de outras fontes.

A partir dessas concepções, percebe-se que a escolha dos responsáveis pela criação/seleção de conteúdos a serem publicados no Facebook da maioria das bibliotecas, ocorreu conforme a afinidade possuída, seja pelo tipo de ferramenta, seja pela proximidade com os usuários. Dois respondentes referiram-se à escolha por bibliotecários que já trabalhavam com o *site* da biblioteca, e que, por esse motivo, assumiram também a responsabilidade da atualização do Facebook. Três mencionaram a opção por bibliotecários de referência, ou seja, profissionais que já têm um relacionamento com a comunidade usuária, pressupondo-se que, por possuírem mais contato com esta, conhecem melhor suas necessidades.

Ainda, um entrevistado respondeu que os bibliotecários foram os escolhidos para assumir a manutenção do Facebook, não indicando setor ou atividades já realizadas. Nota-se, também, que dois entrevistados mencionaram que não houve uma escolha de forma planejada, mas verifica-se que os responsáveis pelas atualizações do Facebook destas bibliotecas são bibliotecários, e não especificamente do setor de referência.

Portanto, todas as respostas aludiram à responsabilidade aos bibliotecários pela geração/criação de conteúdos a serem divulgados no Facebook, e não somente os do setor de referência, apesar de que dois respondentes estão pensando em permitir que outras pessoas da equipe, também, façam essa tarefa. Isso indica que o

Facebook, por suas características, possibilita a colaboração de vários setores da biblioteca, permitindo o aumento do contato destes com a comunidade usuária.

Para Brito e Silva (2010), o bibliotecário deve ter, pelo menos, um conhecimento básico das principais ferramentas 2.0 [no caso, o Facebook] para realizar trabalhos e disseminar o conteúdo de sua biblioteca por meio destas. Assim, é imprescindível que os bibliotecários e suas equipes, também, já que muitas vezes podem colaborar com a atualização do Facebook, conheçam os recursos oferecidos por este *site* de rede social, para que possam utilizá-los da melhor forma possível.

O Quadro 9 refere-se à escolha de conteúdos para serem postados no Facebook.

Quadro 9 - Que informações a biblioteca entende que são mais pertinentes a serem divulgadas no Facebook?

Bibliotecas	Respostas
Biblioteca A	Notícias da biblioteca. Nós divulgamos a lista de novas aquisições, treinamentos, palestras, quando nós damos. Em segundo lugar, compartilhamos também as informações das bibliotecas da UFRGS, mas a prioridade mesmo é nossas notícias.
Biblioteca B	Eventos externos, de preferência gratuitos, para que a maioria possa ir. E, se forem pagos, que sejam de valores mais baixos. Eventos internos da universidade que sejam de interesse do nosso público, nossos serviços como as novidades no acervo que ficam na estante de destaque (fazemos um formato <i>on-line</i> para colocar no Facebook). Notícias externas de interesse, notícias da biblioteca.
Biblioteca C	Focamos na questão de treinamentos de bases de dados, alguma coisa que tenha a ver com a educação superior nas áreas em que atendemos, mas colocamos coisas profissionais também para pessoas formadas. Mas o principal é o meio acadêmico, informações nesse meio. Também divulgamos informações sobre a biblioteca como mudanças de horários, por exemplo.
Biblioteca D	Dentro deste perfil atual da biblioteca, entendemos que são esses dois tipos de informação, principalmente: informações emergenciais a respeito de fechamento, de troca de datas de devoluções e informações a respeito de novas aquisições que divulgamos também na página da biblioteca. Coisas importantes que divulgamos na página, ampliamos no Facebook.
Biblioteca E	Tudo o que diz respeito aos cursos que atendemos, pois são nos cursos que estão os nossos usuários. E coisas da biblioteca também, às vezes, alguma alteração de horário que se coloca no <i>site</i> , mas

	também se coloca no Face.
Biblioteca F	Divulgamos, principalmente, eventos na área de informação de saúde, mas se tem alguma notícia que é interessante, nós colocamos.
Biblioteca G	As informações que são mais pontuais, emergentes e que precisam de divulgação mais instantânea como alguma troca de horário, por exemplo, e repercussão de notícias de interesse para os usuários. Então, notícias que não caberiam, no nosso ponto de vista, no <i>site</i> da biblioteca, pois ficaria um eterno entra e sai de novidades.
Biblioteca H	As informações da biblioteca mesmo. Quando tem alguma atividade aqui, os treinamentos que são promovidos pela biblioteca, exposições de obras raras que acontecem aqui na biblioteca também que são divulgadas pelo Facebook, e informações como novo horário, qualquer alteração vai para o Facebook.

Fonte: dados da pesquisa (2013)

É importante que os responsáveis pelas atualizações do Facebook reflitam sobre os conteúdos a serem publicados para que estes sejam úteis aos usuários. Além disso, segundo Aguiar (2012, p. 137), um “[...] aspecto importante é saber qual conteúdo disponibilizar nas redes sociais para despertar e manter a atenção e o interesse dos usuários [...]”.

A partir da análise das entrevistas, percebe-se que não há muita diferenciação entre as respostas quanto às informações mais pertinentes a serem divulgadas no Facebook. Dentre as citadas, a maioria referiu-se a publicações de informações sobre as bibliotecas, principalmente quanto a alterações de horário de funcionamento, ou seja, notícias mais emergentes. Outro tipo de informação mencionado foi em relação aos serviços que as bibliotecas oferecem, sendo que a divulgação de novas aquisições destacou-se entre eles. Ainda, foram citadas pelos respondentes informações referentes a eventos realizados por outras instituições, ou seja, eventos externos ou internos da universidade, mas não realizados ou promovidos pelas bibliotecas, apesar de que dois entrevistados mencionaram eventos feitos por suas unidades de informação. Também as informações de interesse aos usuários, não necessariamente ligadas à biblioteca, tiveram destaque pelos respondentes.

As respostas dos entrevistados foram enquadradas nas categorias de informações citadas nas observações sistemáticas, percebendo-se, com isso, que

todos os tipos de informações verificados anteriormente na análise quantitativa foram destacados pelos respondentes, com exceção de informações sobre a biblioteca na seção Sobre, como endereço, telefone, *e-mail* etc. É válido destacar que estas informações da seção Sobre são estáticas e não há como interagir com elas.

Nesse sentido, Gelfand e Lin (2012) afirmam que as informações existentes nos *sites* de redes sociais se enquadram em duas categorias: informações estáticas e conteúdos ativos. Segundo os autores, as informações estáticas podem existir como um complemento do *site* oficial da biblioteca, divulgando o horário de atendimento, o endereço etc. Já, os conteúdos ativos permitem uma relação de duas vias entre a biblioteca e seus usuários.

Com relação aos conteúdos ativos, estes se referem às postagens realizadas no Facebook, pois, a partir delas, podem ocorrer interações entre a unidade de informação e seus usuários. Quanto às informações estáticas como forma de complemento do *site* da biblioteca, percebe-se, pelas respostas, que também alguns conteúdos ativos servem tanto para a complementação do *site* quanto para reforçar as informações divulgadas no mesmo, como alterações de horários, por exemplo.

A última questão das entrevistas diz respeito às frequências de atualizações no Facebook pelas bibliotecas. No quadro 10 podem ser visualizadas suas respostas.

Quadro 10 - Com que frequência, em média, ocorrem novas atualizações no Facebook?

Bibliotecas	Respostas
Biblioteca A	Nós procuramos notícias diariamente, mas as postagens são feitas quando existe demanda.
Biblioteca B	A regra seria todo dia. Acontece, mas é raro ficar um dia sem uma postagem. Até porque muita coisa é compartilhada.
Biblioteca C	Somos três bibliotecários postando. Quando alguém acha alguma coisa interessante para o nosso usuário, nós postamos. Não é uma coisa que posso te dizer que é todo dia. Quando surge essa oferta de informação pra ser repassada, colocamos ali.
Biblioteca D	Olha, isso depende também da demanda, mas, quinzenalmente, acho que seria isso.
Biblioteca E	Semanal. Às vezes, uma vez por semana, às vezes, duas. Sempre tem alguma coisa interessante para colocar.

Biblioteca F	Não temos muito uma regra. Não nos colocamos na obrigação de todo dia postar alguma coisa, colocamos quando tem alguma coisa importante.
Biblioteca G	Tem semanas que colocamos, praticamente, todo o dia, tem semanas que não tem nada de interessante pra divulgar, não tem uma periodicidade. Todo dia se olha os jornais para ver se tem alguma notícia de interesse. Às vezes, chega notícia por <i>e-mail</i> . Às vezes, alguma coisa que acontece aqui na biblioteca. Então, não tem regra. Vai muito da oportunidade ou demanda.

Fonte: dados da pesquisa (2013)

Para a Biblioteca H, foi necessário adaptar a questão, como exposto no Quadro 11.

Quadro 11 - Com que frequência, em média, ocorrem novas atualizações na página e no perfil do Facebook?

Biblioteca	Resposta
Biblioteca H	Na página é diariamente. Todos os <i>posts</i> do blog vão para a página. Se tiver mais alguma coisa interessante também é sempre compartilhada na página. O perfil é mais utilizado para a divulgação dos treinamentos, a prioridade é a página por causa dessas estatísticas.

Fonte: dados da pesquisa (2013)

A maior parte dos respondentes relatou que as atualizações acontecem quando há uma demanda, algo importante para ser publicado, ou seja, não tem uma periodicidade para postagens. Entretanto, dois destes expuseram que, diariamente, procuram notícias para serem divulgadas e outro, apesar de publicar quando há demanda, deu uma periodicidade aproximada.

Segundo Yamaschita, Cassares e Valência (2012), em um *site* de rede social deve-se publicar conteúdo de forma regular, sendo que a periodicidade deve ser determinada pela instituição. Já Dickson e Holley (2010) afirmam que, em uma pesquisa realizada com estudantes, foi apontado que estes não desejam perder tempo com mensagens frequentes e irrelevantes publicadas nos *sites* de redes sociais da biblioteca.

Neste sentido, apesar da periodicidade de atualização ser importante, não é adequado publicar informações somente para ter mais atualizações. É necessário que os conteúdos sejam relevantes para a comunidade usuária. Por outro lado, se

houver escassez de informações novas no Facebook, isso pode reduzir o interesse dos usuários pela ferramenta. Desse modo, evidencia-se a necessidade de um controle entre o excesso e a carência de informações.

A partir dessas constatações, nota-se que a maioria das bibliotecas em estudo, apesar não ter uma periodicidade definida, deixou evidente que as postagens acontecem quando há informações que possam interessar seus usuários, o que está correto, no ponto de vista de não saturá-los com conteúdos desnecessários.

É conveniente, ainda, observar que a biblioteca detentora de duas contas dá mais prioridade de atualização para página, que é diária, do que para o perfil, pois a primeira possui estatísticas, e este recurso é considerado importante para esta unidade de informação. O perfil é mais utilizado para a divulgação de treinamentos, não tendo, então, uma atualização tão constante. Porém, a respondente percebe que ocorre mais interação no perfil do que na página, como é mostrado na fala a seguir:

Tem uma diferença entre o perfil e a página. Se eu consultar o mesmo *post* de treinamentos no perfil e na página, vou ver que tem mais compartilhamentos, mais curtidas no perfil do que na página, e, como queremos mais divulgação, é melhor postar no perfil também. Quanto mais divulgados os treinamentos, melhor. (informação verbal)¹¹.

A partir disso, foi feita uma análise na página e no perfil dessa biblioteca para tentar entender por que ocorre essa distinção de interação entre as contas. É provável que ocorra mais interação no perfil do que na página pela grande diferença entre o número de contatos conectados a essas contas. O perfil, atualmente, possui 2.297 amigos, ao contrário da página, que tem apenas 856 fãs, ou seja, menos da metade dos contatos do perfil. Pressupõe-se que, quanto mais contatos, maiores são as chances de ocorrer interação. Se o recurso de estatísticas é essencial a essa biblioteca, quiçá seria oportuno fazer uma migração de perfil para página, como fez a Biblioteca F, já mencionada na análise, pois todos os contatos não seriam perdidos, e, sim, transferidos. A biblioteca continuaria com seu grande número de contatos do perfil e, ainda, provavelmente, aumentaria a interação nos conteúdos da

¹¹ Trecho de entrevista concedida pelo respondente da Biblioteca H.

página, sem perder o recurso de estatísticas, além de ficar de acordo com as políticas do Facebook. Entretanto, observou-se que esta biblioteca utiliza o bate-papo, sendo necessária, portanto, no caso da migração, uma reflexão sobre o que poderia ser mais vantajoso à sua comunidade usuária. Talvez fosse conveniente consultá-la para conhecer sua preferência quanto ao tipo de conta.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, as considerações finais foram divididas em Considerações e Recomendações para criação e manutenção de uma conta no Facebook.

5.1 CONSIDERAÇÕES

Como as redes sociais virtuais estão cada vez mais presentes na rotina dos indivíduos, principalmente na dos jovens, como formas de comunicação e interação, é viável que as bibliotecas universitárias modernizem-se, de modo a fazer uso delas para se aproximar de seus usuários. Dentre estas ferramentas, atualmente, encontra-se o Facebook, a rede social virtual, segundo estatísticas, mais utilizada pelos indivíduos e que está em ascensão, o que pode indicar benefícios às bibliotecas universitárias, caso a empreguem de forma adequada.

Portanto, as bibliotecas podem utilizar o Facebook como um canal de comunicação e interação com seus usuários, divulgando as mais variadas informações a estes. Além disso, com base nessas divulgações, os usuários têm a opção de interagir com o que é postado, permitindo à biblioteca saber se o que divulga desperta o interesse da sua comunidade usuária.

Neste contexto, o presente trabalho buscou estudar a comunicação das bibliotecas universitárias da UFRGS com suas comunidades usuárias por intermédio do Facebook, assim como as interações ocorridas nesta rede social virtual a partir dos conteúdos publicados por estas unidades de informação.

Para isso, foi necessário, inicialmente, levantar as bibliotecas universitárias da UFRGS que se conectam com sua comunidade usuária através do Facebook. Com esse levantamento, verificou-se que das trinta bibliotecas deste tipo, apenas oito aderiram ao uso do Facebook. Entretanto, no decorrer da investigação, outra biblioteca criou uma conta nesta rede social virtual, indicando o crescimento da utilização desta ferramenta entre as bibliotecas.

Para dar continuidade ao estudo, por meio dos formulários criados para as observações nos Facebooks das bibliotecas, suprimam-se três objetivos específicos: verificar a forma como se apresentam na ferramenta: página, perfil ou grupo; verificar que tipos de informação estas bibliotecas divulgam através do Facebook e

as ocorrências dos mesmos em números; constatar como acontecem as interações Curtir, Comentar e Compartilhar a partir dos conteúdos divulgados pelas bibliotecas.

Quanto à forma de presença na ferramenta, das oito bibliotecas pesquisadas, seis utilizavam perfil e três, página, sendo que uma biblioteca possuía um perfil e uma página. Além disso, nenhuma biblioteca optou pela criação de um grupo. É importante mencionar, novamente, que o Facebook recomenda o uso de página para uma instituição. A conta de perfil é voltada para pessoas. Entretanto, como visto, o número de bibliotecas que possuem um perfil é superior ao das que têm uma página, destacando que o bate-papo é muito utilizado para atendimento virtual.

Com relação aos tipos de informação divulgados pelas bibliotecas e as ocorrências dos mesmos em números, pode-se dizer que, ao total, foram realizadas trezentas e cinco postagens, divididas em quatro tipos de informação: informações não relacionadas à biblioteca, mas suscetíveis a interessar os usuários (cento e três); eventos realizados por outras instituições (noventa e nove); serviços oferecidos pela biblioteca (sessenta e dois); informações sobre a biblioteca por meio de postagens (quarenta e um). Deste modo, o tipo de informação mais divulgado pelas bibliotecas foi o de informações não relacionadas à biblioteca, mas suscetíveis a interessar os usuários. Ainda, verificou-se outro tipo informação publicado, entretanto de maneira estática: informações sobre a biblioteca relacionadas à seção Sobre, como endereço, *e-mail*, telefone.

Neste último tipo de informação, as informações foram analisadas de acordo com o que tipo de conta permite incluir, constatando-se que as bibliotecas aderidas às páginas divulgam mais informações relacionadas a uma instituição na seção Sobre do que as possuidoras de perfil. Talvez isso ocorra porque na página não há como inserir informações pessoais, como trabalho, educação, ao contrário do perfil, o que pode facilitar o preenchimento de informações mais adequadas a uma instituição. Assim, por meio dos tipos de informações divulgados, foi possível verificar o que as bibliotecas comunicam às suas comunidades usuárias.

Com relação ao objetivo específico de constatar como acontecem as interações Curtir, Comentar e Compartilhar, a partir dos conteúdos divulgados pelas bibliotecas, notou-se que a forma de interação mais incidente foi a Curtir (novecentas e doze), seguida de Compartilhar (trezentas e oitenta e nove) e Comentar (cinquenta e cinco), tendo um total de mil trezentas e cinquenta e seis interações. Quanto aos comentários, quase a metade destes não eram suscetíveis a

receber respostas das bibliotecas. Já os que necessitavam, foram respondidos pelas referidas unidades de informação, indicando comprometimento destas com sua presença no Facebook e com seus usuários.

Ainda, mesmo não estando nos objetivos, julgou-se importante, a partir das postagens realizadas e das interações ocorridas nelas, averiguar o tipo de informação que recebeu mais interação, por meio de uma média de interações por postagem. Sendo assim, o tipo de informação que obteve mais interação foi o de serviços oferecidos pelas bibliotecas, com uma média de 6,4 interações por postagens. Ou seja, apesar de ter sido o terceiro tipo mais divulgado pelas bibliotecas, foi o que despertou maior interesse nos seus usuários, tendo em vista seu número de interações.

Além disso, para que a comunicação no Facebook das bibliotecas seja apropriada e útil aos usuários, é essencial ter alguns cuidados com a implementação da conta, assim como a manutenção desta rede social virtual com relação aos conteúdos a serem postados. Dessa maneira, foram realizadas entrevistas junto aos responsáveis pela manutenção do Facebook, de forma a alcançar o último objetivo específico da investigação: averiguar como foram criadas as contas do Facebook pelas bibliotecas e a maneira que estas as mantêm quanto aos conteúdos publicados.

Quanto ao modo de criação da conta, realizaram-se seis perguntas. A partir destas, verificou-se que a maioria das bibliotecas quis estar presente no Facebook para ter uma maior aproximação com seus usuários, já que entendem que estes se encontram conectados nesta rede social virtual. Outro destaque é para a melhoria da comunicação com a comunidade usuária. Além disso, quanto aos objetivos de ter uma presença no Facebook, percebe-se que várias respostas referiram-se aos mesmos motivos de criação da conta, o que dá a entender que os objetivos almejados constituíram-se nos motivos das bibliotecas estarem presentes no Facebook.

Com relação à verificação de consulta com os usuários para o levantamento de suas preferências entre os *sites* de redes sociais e de suas necessidades, somente uma biblioteca efetuou consulta com sua comunidade usuária. Logo, como visto, a maioria das bibliotecas criou sua conta no Facebook, pois acreditava que seus usuários utilizavam esta rede social virtual.

Ademais, a maioria das bibliotecas escolheu seu tipo de conta no Facebook ou por desconhecimento das funcionalidades que cada um possui, ou por falta de reflexão, o que não é adequado, visto que, talvez, não tenha adotado o mais apropriado às suas necessidades. É válido mencionar que algumas bibliotecas empregaram como forma de interação, o bate-papo do perfil para efetuar serviço de referência virtual. Com relação à satisfação, todos os respondentes julgaram estar satisfeitos com as contas criadas, apesar de que alguns esperavam um retorno maior de sua comunidade usuária, o que pode ser o indicativo de que precisam rever melhor sua atuação no Facebook.

Já quanto às escolhas dos responsáveis pela seleção do conteúdo a ser publicado, percebe-se que todos os escolhidos são bibliotecários e que a maioria destas seleções foi de acordo com as afinidades profissionais, sendo que um destaque, naturalmente, é para os bibliotecários que atuam com serviço de referência. Entretanto, há outros bibliotecários trabalhando com o Facebook, mostrando que esta rede social virtual permite o aumento do contato com a comunidade usuária de outros setores das bibliotecas, não somente o de referência.

Para concluir o último objetivo específico da investigação, verificou-se a maneira que as bibliotecas mantêm as contas do Facebook quanto aos conteúdos publicados. Para isso, efetuaram-se duas perguntas. A primeira diz respeito às informações mais pertinentes a serem divulgadas pelo Facebook, uma vez que é importante pensar no que será postado de forma a atrair os usuários. As respostas dos entrevistados coincidiram com as observações, demonstrando que há uma reflexão no que deve ser postado, apesar de não ter tido consulta com os usuários para o levantamento de suas necessidades, com exceção de uma unidade de informação. A segunda pergunta refere-se à frequência média de atualizações no Facebook. As atualizações da maioria das bibliotecas não têm uma frequência média, ocorrendo quando há algo que possa interessar a comunidade usuária, o que é oportuno, uma vez que não é adequado incluir conteúdos somente para ter mais atualizações. Contudo, não deve ter uma escassez de atualizações, pois os usuários podem perder o interesse pelo Facebook da biblioteca.

Desta forma, a partir dos objetivos específicos, foi possível atingir o objetivo geral. Verificou-se, portanto, que a maioria das bibliotecas da UFRGS que possuem Facebook, apesar de não ter realizado um planejamento para a implantação da conta, comunicam informações que possam ser interessantes e úteis às suas

comunidades e recebem um retorno por meio das interações, embora, às vezes, pequeno. Percebe-se, entretanto, que estas instituições podem aprimorar sua presença no Facebook, atraindo de modo mais efetivo suas comunidades usuárias. Não basta somente ter uma conta no Facebook, é necessário todo um cuidado para conquistar novos usuários e manter os já existentes de forma satisfatória.

Além disso, entende-se que mais pesquisas podem ser realizadas enfocando outras abordagens do Facebook nas bibliotecas universitárias. Entre estas, é interessante analisar como os usuários se comunicam com as bibliotecas por meio do Facebook e como percebem a atuação destas unidades de informação nesta rede social virtual. Ainda, com o término do trabalho, é viável fazer algumas recomendações, conforme exposto a seguir.

5.2 RECOMENDAÇÕES PARA CRIAÇÃO E MANUTENÇÃO DE UMA CONTA NO FACEBOOK

Para que a biblioteca tenha uma boa comunicação com sua comunidade usuária e que receba um retorno positivo desta, são necessários cuidados quanto à criação e à manutenção de sua conta no Facebook:

- a) apesar do Facebook ser considerado uma ferramenta popular, é importante realizar pesquisas com os usuários para confirmar suas preferências entre os *sites* de redes sociais e também levantar suas necessidades informacionais, de forma a eleger melhor os conteúdos a serem postados;
- b) decidindo estar presente no Facebook, é preciso escolher a forma mais adequada à biblioteca (página, perfil ou grupo) conforme os recursos que cada uma disponibiliza, lembrando que a página é a recomendada para as instituições;
- c) deve-se possuir objetivos claros quanto à atuação no Facebook;
- d) é necessário escolher profissionais para se responsabilizarem pela escolha e criação dos conteúdos a serem disponibilizados, além de responderem algum comentário ou publicação feita pelos usuários;
- e) é imperativo dedicar um tempo exclusivo para a manutenção da presença no Facebook;

- f) é preciso manter uma rotina de atualizações no Facebook, de modo a ter uma periodicidade destas. Entretanto, deve-se ter o cuidado de não disponibilizar informações irrelevantes para a comunidade usuária, somente para publicar algo. Deve-se ter um controle entre o excesso e a falta de informações.

Enfim, por meio de cuidados específicos, o Facebook pode ser integrado à biblioteca universitária como um canal eficiente de comunicação e interação, permitindo que esta amplie e estreite relações com sua comunidade usuária e adquira maior visibilidade.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Gisele Adornato de. **Uso de Ferramentas de Redes Sociais em Bibliotecas Universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP.** 2012. 184 f. Dissertação (Mestrado)-Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.
- ARROYO VÁZQUEZ, Natalia; MERLO VEGA, José A. La Biblioteca como Usuária de la Web 2.0. In: JORNADAS ESPAÑOLAS DE DOCUMENTACIÓN, 10., 2007, Santiago de Compostela. **E-información...** Madrid: FESABID, 2007. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/9523/1/Arroyo&Merlo_FESABID07.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2013.
- BLATTMANN, Ursula; SILVA, Fabiano Couto Côrrea da. Colaboração e Interação na Web 2.0 e Biblioteca 2.0. **Revista ACB: biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v. 12, n. 2, p. 191-215, jul./dez., 2007. Disponível em: <<http://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/530/664>>. Acesso em: 01 maio 2013.
- BOYD, Dan M.; ELLISON, Nicole B. Social Network Sites: definicion, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Indiana, v. 13, n. 1, article 11, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em 23 jun. 2013.
- BRÉSCIA, Amanda Tolomelli. **Pedagogia**. IN: BRAMBILHA, Ana (Org.). Para entender as mídias sociais. Salvador: Edições VNI, 2012. v. 2. Disponível em: <http://garagedigital.com.br/SITE/wp-content/uploads/2012/05/ENTENDER_MIDIAS-SOCIAIS_VOL_2.pdf>. Acesso em: 01. out. 2013.
- BRITO, Jorgivânia Lopes; SILVA, Patrícia Maria. A Biblioteca 2.0 e suas Ferramentas de Colaboração e Interação: como aplicá-las no fazer bibliotecário?. **Biblionline**, João Pessoa, v. 6, n. 1, p. 149-159, jan./jun. 2010. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/biblio/article/view/4910>>. Acesso em: 15 jun. 2013.
- COMSCORE. **Brazil Digital Future in Focus**. Reston, VA: comScore, 2013. Disponível em: <http://www.comscore.com/Insights/Events_and_Webinars/Webinar/2013/2013_Brazil_Digital_Future_in_Focus>. Acesso em: 25 jun. 2013.
- CORRÊA, Rochele Tonello Zago. **TV Brasil e Redes Sociais Virtuais: o programa Estúdio Móvel no Facebook.** 2013. 129 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação)-Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.
- CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** Porto Alegre: Artmed, 2010.
- CUNHA, Murilo Bastos. A Biblioteca Universitária na Encruzilhada. **Datagramazero**, Rio de Janeiro, v.11, n. 6, dez. 2010. Disponível em: <http://www.datagramazero.org.br/dez10/Art_07.htm>. Acesso em: 22 jun. 2013.

DICKSON, Andrea; HOLLEY, Robert P. Social Networking in Academic Libraries: the possibilities and the concerns. **New Library Word**, v. 111, n. 11/12, p. 468-479. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0307-4803&volume=111&issue=11&articleid=1895936&show=html>> Acesso em: 29 out. 2013.

ELY, Lara Corrêa. **O Discurso da Sustentabilidade nas Redes Sociais**: uma análise das interações no Facebook durante a RIO+20. 2013. 125f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)-Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

FACEBOOK. 2013. Disponível em:< <https://www.facebook.com/>>. Acesso em: 20 jun. 2013.

FERREIRA, Lusimar Silva. **Bibliotecas Universitárias Brasileiras**. São Paulo: Pioneira, 1980.

FUJITA, Mariângela. Aspectos Evolutivos das Bibliotecas Universitárias em Ambiente Digital na Perspectiva da Rede de Bibliotecas da UNESP. **Informação & Sociedade**: estudos, João Pessoa, v.15, n.2, p. 97-112, jul./dez. 2005.

GARCIA GIMENÉZ, Daniel. Redes Sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas, **BID: textos universitários de biblioteconomia i documentació**, n. 24, jun. 2010. Disponível em: <<http://bid.ub.edu/24/garcia2.htm>>. Acesso em: 02 jun. 2013.

GELFAND, Julia; LIN, Antony. Social Networking: product or process and what shade of grey? **Grey Journal (TGJ)**, Amsterdam, v. 8, n. 1, p. 14-26, mar. 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOLLNER, André Petris; GOULART, Elias Estevão. Curtindo a Mensagem Corporativa: novos tempos na comunicação organizacional. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., Fortaleza. **INTERCOM Nacional**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1097-1.pdf>>. Acesso em: 10. out. 2013

GONZÁLEZ FDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves. Bibliotecas 2.0 em España (El Camino Recorrido). **Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios**, n. 86-87, p. 29-46, ene/jun. 2007.

GOOGLE TRENDS. 2013. Disponível em: <<http://www.google.com/trends/>>. Acesso em 25 jun. 2013.

IBOPE. **Número de Usuários de Redes Sociais Ultrapassa 46 milhões de Brasileiros**. São Paulo: Ibope, 2013. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Numero-de-usuarios-de-redes-sociais-ultrapassa-46-milhoes-de-brasileiros.aspx>>. Acesso em: 25 jun. 2013.

KIRKPATRICK, David. **O Efeito Facebook**: os bastidores da história da empresa que está conectando o mundo. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.

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

MACHADO, Joicemegue Ribeiro; TIJIBOY, Ana Vilma. **Redes Sociais Virtuais**: um espaço para a efetivação da aprendizagem cooperativa. CINTED-UFRGS, v. 3, n. 1, maio, 2005. Disponível em: <http://www.inf.ufes.br/~cvnascimento/artigos/a37_redessociaisvirtuais.pdf>. Acesso em: 31 maio 2013.

MACHADO, Marli. **A Biblioteca Universitária e sua Relação com o Projeto Pedagógico de um Curso de Graduação**. 135 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação)-Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Florianópolis, 2009.

MANESS, Jack M. Teoria da Biblioteca 2.0: web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Informação & Sociedade**: estudos, João Pessoa, v.17, n. 1, p. 43-51, jan./abr. 2007.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARGAIX ARNAL, Dídac. **Informe APEI Sobre Web Social**. Gijón: Asociación Profesional de Especialistas en Información, 2008b. Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/12506/1/informeapeiwebsocial.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2013.

MARGAIX ARNAL, Dídac. Las Bibliotecas Universitarias y Facebook: cómo e por qué estar presentes. **El profesional de la información**, v. 17, n. 6, p. 589-601, nov./dec., 2008. Disponível em: <<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2008/noviembre/02.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2013.

MIRANDA, Ana Cláudia Carvalho de. Desenvolvimento de Coleções em Bibliotecas Universitárias. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 4, n. 2, p. 01-19, jan./jun. 2007. Disponível em: <<http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/rbci/article/view/367>>. Acesso em: 05 ago. 2013.

OLIVIERI, Laura. La Importancia Historico-Social de las Redes. In: FUNDACIÓN FRIEDRICH EBERT. **Manual de redes sociales y tecnología**. Quito: Friedrich Ebert, 2003.

O'REALLY, Tim. **O que é Web 2.0**: padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software. 2005. Disponível em: <<http://www.montanaagriculture.com.br/imagens/downloads/837105.pdf>>. Acesso em: 11 maio 2013.

PENTEADO, Claudio Luis de Camargo; AVANZI, Clarice. Redes Sociais e Participação Política: estudo do debate sobre o novo código florestal no Facebook. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO POLÍTICA, 5., 2013, Curitiba. **Compolítica**. Disponível em: <<http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2013/05/GT05-Comunicacao-e-sociedade-civil-ClaudioLuisDeCamargoPenteado.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2013.

PRIMO, Alex. O Aspecto Relacional das Interações na Web 2.0. In: ANTOUN, Henrique (Org.). **Web 2.0**: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

PRIMO, ALEX. **Interação Mediada por Computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RECUERO, Raquel da Cunha. Rede Social. In: SYPER, Juliano. **Para Entender a Internet**: noções práticas e desafios da comunicação em rede. [S.l.]: NãoZero, 2009. Disponível em: <http://www.esalq.usp.br/biblioteca/PDF/Para_entender_a_Internet.pdf>. Acesso em: 31 maio 2013.

_____. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009a.

_____. **Redes Sociais na Internet**: considerações iniciais. **E-compós**, v. 2, p. 1-23, 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/28/29>>. Acesso em: 28 maio 2013.

RICHARDSON, Roberto Jarry; PERES, José Augusto de Souza et al. (Colab.) **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2010.

SANTOS, Vanice dos; CANDELORO, Rosana J. **Trabalhos Acadêmicos**: uma orientação para a pesquisa e normas técnicas. Porto Alegre: AGE, 2006.

SECRETÁRIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Manual de Orientação para Atuação em Redes Sociais**. [Brasília], 2012. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/acoes-e-programas/publicacoes/manuais-e-marcas/manual-de-redes-sociais>>. Acesso em 05. out. 2013.

SILVA, Laís Garcia da et al. A Fan Page como Estratégia de Visibilidade e Interação: o caso da Secretaria de Saúde de Goiânia. In: PRÊMIO EXPOCOM - EXPOSIÇÃO DA PESQUISA EXPERIMENTAL EM COMUNICAÇÃO, 20., 2013, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2013.

SILVA, Siony da. Reflexões sobre Web 1.0, Web 2.0 e Web semântica. **Sinergia**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 129-135, jul./dez, 2010. Disponível em:

<http://www.cefetsp.br/edu/prp/sinergia/complemento/sinergia_2010_n2/pdf_s/segmentos/artigo_01_v11_n2.pdf>. Acesso em: 01 maio 2013.

TARAPANOFF, Kira. Objetivos de Bibliotecas Universitárias. **Revista**

Latinoamericana de Documentación, Brasília, v. 1. n. 1/2, p. 13-17, 1981.

TOMAÉL, Maria Inês; MARTELETO, Regina Maria. Redes Sociais: posições dos atores no fluxo da informação, **Enc. Bibli: R. Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf.**, Florianópolis, n. esp., 1º sem. 2006. Disponível em:

<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2006v11nesp1p75>>.

Acesso em: 30 maio 2013.

YAMASHITA, Denise; CASSARES, Norma Cianflone; VALÊNCIA, Maria Cristina Palhares. Capacitação do Bibliotecário no Uso das Redes Sociais e Colaborativas na Disseminação da Informação. **CRB-8 Digital**, São Paulo, v. 1, n. 5, p. 161-172, jan. 2012. Disponível em:

<<http://revista.crb8.org.br/index.php/crb8digital/article/viewFile/77/79>>. Acesso em: 02 out. 2013.

ZAFALON, Zaira Regina. Biblioteca em Tempo Real: o acesso em foco: proposta crítica do modelo de organização da informação na contemporaneidade. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 6, n.1, p. 61-83, jan./jun. 2008. Disponível em: <<http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/rbci/article/view/400>>. Acesso em: 02. ago. 2013.

APÊNDICE A - FORMULÁRIO DE OBSERVAÇÃO

Biblioteca:

Forma de apresentação:

Tipos de informações:

São considerados pelo estudo: *links*, textos, vídeos, fotos ou imagens.

Serviços oferecidos pela biblioteca

Data	Formas de interação		
/	Compartilhar	Curtir	Comentar
Total			

Eventos realizados por outras instituições

Data	Formas de interação		
/	Compartilhar	Curtir	Comentar
Total			

Informações não relacionadas à biblioteca, mas suscetíveis a interessar os usuários

Data	Formas de interação		
/	Compartilhar	Curtir	Comentar
Total			

Informações sobre a biblioteca através de postagens

Data	Formas de interação		
/	Compartilhar	Curtir	Comentar
Total			

Informações sobre a biblioteca relacionadas à seção Sobre

Para perfil:

Observação: No tópico Espaço Sobre, especificar a informação encontrada.

Tópicos	Possui?
Endereço	
<i>Site</i>	
Telefone	
<i>E-mail</i>	
Espaço Sobre você	

Para página:

Observação: No tópico Descrição, especificar a informação encontrada.

Tópicos	Possui?
Endereço com mapa	
<i>Site</i>	
Telefone	
<i>E-mail</i>	
Horário de funcionamento	
Espaço Sobre você	
Descrição	

APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA

- 1) Quais as razões que levaram a biblioteca a querer estar presente no Facebook? A biblioteca teve algum objetivo quanto a isto?
- 2) Houve uma consulta com os usuários para o levantamento de suas preferências entre os *sites* de redes sociais e de suas necessidades?
- 3) Quais os motivos de escolha quanto à criação da conta do Facebook como página/perfil?
- 4) Está satisfeito (a) com o que foi escolhido?
- 5) Como foi feita a escolha de quem seria o responsável(s) pela criação/seleção dos conteúdos a serem postados no Facebook?
- 6) Que informações a biblioteca entende que são mais pertinentes a serem divulgadas no Facebook?
- 7) Com que frequência, em média, ocorrem novas atualizações no Facebook?

Para a biblioteca que possui duas contas, foi necessário adaptar as questões 3, 4 e 7.

- 3) Quais os motivos de escolha quanto à criação de uma página e de um perfil para a biblioteca?
- 4) Está satisfeito(a) com as duas contas? Percebe que alguma delas é mais adequada à biblioteca?
- 7) Com que frequência, em média, ocorrem novas atualizações na página e no perfil do Facebook?

APÊNDICE C - TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO

A presente pesquisa contempla o Trabalho de Conclusão de Curso da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (FABICO/UFRGS) e se propõe a entrevistar os responsáveis pela criação e manutenção do Facebook das bibliotecas universitárias da UFRGS. Pretende-se investigar: De que maneira as bibliotecas universitárias da UFRGS utilizam o Facebook para se comunicar e interagir com suas comunidades usuárias? Para este fim, os sujeitos serão entrevistados em seus postos de trabalho. Os dados e resultados individuais desta pesquisa estarão sempre sob sigilo ético, não sendo mencionados os nomes dos participantes em nenhuma apresentação oral ou trabalho escrito que venha a ser publicado.

A participação nesta pesquisa não oferece risco ou prejuízo à pessoa participante. Se no decorrer desta pesquisa o(a) participante resolver não mais continuar terá toda a liberdade de o fazer, sem que isto lhe acarrete nenhum prejuízo.

Os pesquisadores responsáveis por esta pesquisa são a aluna Adaiane Oliveira da Silva (Graduanda em Biblioteconomia pela FABICO/UFRGS), a professora Helen Beatriz Frota Rozados (FABICO/UFRGS) e o professor Geraldo Ribas Machado (FABICO/UFRGS) que se comprometem a esclarecer devida e adequadamente qualquer dúvida ou necessidade de esclarecimento que eventualmente o participante venha a ter no momento da pesquisa ou posteriormente através do telefone (51) 9889-1567 ou pelos e-mails adaianers@gmail.com, hrozados@gmail.com, e pelo telefone (51) 3308-5162.

Após ter sido devidamente informado de todos os aspectos desta pesquisa e ter esclarecido todas as minhas dúvidas,

Eu.....

manifesto expressamente minha concordância e meu consentimento para realização da pesquisa descrita acima.

Assinatura do participante

Adaiane Oliveira da Silva