

Resumo: No Brasil, as bibliotecas universitárias são maioria dentre todos os tipos. Uma forma de aproximar-se ao público é adaptar-se às ferramentas da *web 2.0*, considerada a segunda geração e caracterizada por participação e compartilhamento ativos dos interagentes. O Twitter é uma mídia social inserida nessa geração e é o foco deste artigo. Duas entrevistas foram feitas com bibliotecários-chefes de duas grandes universidades do Recife, a Católica de Pernambuco e a Federal Rural de Pernambuco. Foram analisados os serviços oferecidos, os posicionamentos dos bibliotecários diante da geração atual, o uso do Twitter e as mudanças no relacionamento bibliotecário/interagente. A pesquisa concluiu que é positiva a utilização do Twitter nas bibliotecas universitárias, indica a sua utilização pela Biblioteca Central da Federal Rural de Pernambuco e indica a necessidade de sensibilização e estímulo sobre a temática junto aos bibliotecários que atuam em bibliotecas universitárias públicas e privadas.

Palavras-chave: Biblioteca; Mídia Social; Twitter; Universidade

Abstract: In Brazil, university libraries are the majority of all types. One way to get closer to the public is to adapt to the tools of *web 2.0*, considered the second generation and characterized by active participation and sharing of interagents. Twitter is a social media inserted in this generation and is the focus of this article. Two interviews were made with chief librarians of two major universities in Recife, the Católica of Pernambuco and the Federal Rural of Pernambuco. We analyzed the services offered, the positions of the librarians in front of the current generation, the use of Twitter and the changes in the relationship librarian/interagent. The research concluded that the use of Twitter in university libraries is positive, indicates its use by the Central Library of the Federal Rural University of Pernambuco and indicates the need for awareness and stimulation on the subject with librarians working in public and private university libraries.

Keywords: Library; Social media; Twitter; University

1. Introdução

A Biblioteca Universitária (BU) tem um papel relevante naquilo que diz respeito à formação do estudante universitário. É um espaço de suporte às atividades de ensino, pesquisa e extensão. Ela deve atender as necessidades desses usuários que estão constantemente em busca de novos materiais para suas atividades.

No entanto, a concepção das funções ou papéis de uma biblioteca universitária pode ser conduzida ao debate pelo surgimento da denominada *web 2.0*, que, por sua vez, acarretou o que alguns chamam de Biblioteca 2.0. Conforme Salcedo (2013:215) “muitas são as novas plataformas digitais de comunicação e informação que possibilitam conectividade e interatividade, além de permitirem a exploração de desconhecidos processos de inovação, criatividade e experiência”. Esta transforma, de fato, a relação e o comportamento entre usuários e bibliotecários. Assim, um dos produtos ou serviços que surgem com a *web 2.0* é a mídia social. Local virtual em que o usuário tem voz ativa, participa, colabora, opina, produz informação.

Nesse sentido, é importante que as bibliotecas, ao fazerem uso das mídias sociais, entendam o quão valiosa é essa nova forma de comportamento dos usuários. Elas são uma nova forma dos bibliotecários lidarem melhor com tantas informações e saber repassá-las para o seu público. Um exemplo de mídia social é o Twitter, criado em 2006, e que será o foco de estudo desta pesquisa. Logo, surgiu uma pergunta: com tamanha proporção e usuários, como essa mídia é utilizada pelas bibliotecas universitárias e como transformam a relação entre a biblioteca e seus usuários?

Assim, o trabalho tem como objetivo comparar os serviços da biblioteca da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP) com os da biblioteca da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), levando em consideração o uso e o não uso do Twitter, respectivamente. Ainda, analisar como o Twitter atrai o público alvo no que se refere aos serviços prestados pelas e nas bibliotecas universitárias, como o profissional bibliotecário se posiciona diante desta nova ferramenta midiática, além de selecionar e avaliar os serviços das bibliotecas universitárias pesquisadas.

O trabalho consiste em uma revisão de literatura, tanto sobre as bibliotecas universitárias e os serviços oferecidos, quanto sobre a *web 2.0* e as mídias sociais, com o foco voltado para o Twitter. Após essa discussão teórica, as duas bibliotecas universitárias serão apresentadas: Biblioteca da UNICAP e Biblioteca da UFRPE. Obtivemos o resultado, através da BC da UNICAP, do quão válido pode ser o uso do Twitter nas bibliotecas, e propomos o início do uso dessa ferramenta para a BC da UFRPE, e todas as outras bibliotecas que ainda não usufruem dessa mídia. Esse trabalho foi feito por meio de entrevistas junto às responsáveis pelas bibliotecas mencionadas.

2. Bibliotecas universitárias

Há inúmeras universidades no Brasil, porém, existem profundas distinções entre as Instituições de Ensino Superior (IES), não apenas no sentido de sua denominação (Faculdade ou Universidade) e de seu papel social, mas, também, por aquilo que Milanesi (2002, p. 65) cita como sendo um sinal de diferenciação, a saber: “a qualidade do acervo e serviços de informação colocados à disposição dos usuários” (discentes, docentes, técnicos e comunidades no entorno da instituição), através das bibliotecas.

Assim, também, sugerem Aguiar e Silva (2010:5), ao relacionarem a biblioteca universitária, com a universidade e o desenvolvimento da sociedade:

no contexto da academia, é papel primordial da BU oferecer o suporte ao ensino, à pesquisa e à extensão. Sendo a pesquisa científica fundamental para o desenvolvimento de um país, a universidade e a biblioteca tornam-se peças-chave nesse processo.

Portanto, é visível a importância da existência de bibliotecas em toda e qualquer universidade. A BU se posiciona entre o usuário e a produção do conhecimento, ela é o suporte para qualquer pesquisa e estudo realizados no ambiente acadêmico. A BU também é um local de apoio a pesquisadores, por isso não deve apenas se limitar às bibliografias básicas, o acervo deve ser o mais variado possível. A BU também deve ser um local para a promoção de eventos culturais, assim atrairia aqueles que não costumam frequentar esse tipo de ambiente, pessoas ficariam curiosas e iriam se questionar, pois muitos enxergam a

biblioteca como um ambiente apenas para estudos em silêncio. Todos ligados a essa instituição possuem o direito de usufruir desse apoio. É papel fundamental da BU auxiliar os usuários com relação às suas necessidades informacionais da forma mais eficaz e eficiente possível.

As tecnologias estão em constante avanço, e as bibliotecas precisam acompanhar esse processo evolutivo. Cunha (2000:75) diz que “em 2010, quase a totalidade, se não a totalidade das bibliotecas universitárias brasileiras, estará automatizada, e muitas delas serão bibliotecas totalmente digitais”. Nos dias de hoje é difícil encontrar bibliotecas universitárias que não possuam um sistema automatizado, e muitas delas existem, também, em formato eletrônico. Além disso, é consenso entre os profissionais da área a relevância do formato eletrônico das bibliotecas universitárias.

Assim como é necessária a atualização de seu acervo, também são necessários diferentes tipos de materiais e inovação em seu atendimento. Para que tudo isso aconteça, é essencial a mudança na forma de pensar dos profissionais da informação, no sentido de buscarem uma atualização constante, tanto em sua capacitação, quanto nos serviços prestados pela BU. Racionalidade no trabalho, aumento de produção, melhor controle e maior facilidade para armazenar e disseminar a informação são as grandes vantagens que as novas tecnologias da informação oferecem para a sociedade (MIGUEL; AMARAL, 2004).

É indiscutível o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no mundo atual, mudanças ocorrem diariamente em toda a sociedade. Novos hábitos são criados entre os indivíduos, nas ruas, nas escolas, e também no trabalho. Há uma nova forma de comunicação nesta chamada “Sociedade da Informação”. Morigi e Pavan (2004:121) apontam que “as conjecturas sobre o futuro alertam que, cada vez mais, serão utilizadas as tecnologias de informação e comunicação em todas as áreas da vida social. Nas bibliotecas e centros de informação, não será diferente,” incluindo, também, as bibliotecas universitárias.

A BU abrange diversas atividades e serviços, assim cabe ao bibliotecário saber lidar com todas essas ferramentas e saber promovê-las para que o resultado seja obtido com êxito. Diante das novas tecnologias, esses profissionais precisam estar capacitados para utilizá-las em favor dos vários serviços que a biblioteca oferece. Por fim, Davenport e Prusak (1998) confirmam que as bibliotecas universitárias devem investir em projetos, por meio da utilização das TIC, no sentido de oferecer serviços que difundam, organizem e tratem a informação em tempo real para o seu público alvo. É sobre esses serviços que trata a seção a seguir.

2. Serviços de bibliotecas

Grande parte dos estudantes se envolve com atividades diversas, que muitas vezes, inclusive, não dizem respeito às universidades. Por isso, eles tentam apreciar ao máximo o tempo em que se encontram no ambiente acadêmico. O estudante universitário está cada vez mais exigente em relação ao atendimento, e a qualquer outro serviço que a universidade e todos os seus setores, incluindo a biblioteca, oferecem a ele.

A biblioteca tem o papel de socializar o conhecimento. Não adianta serem encontrados ricos materiais nesse local, se eles não são difundidos, e utilizados por quem precisa. É um espaço

que deve gerar a comunicação, e promover a cooperação de conhecimentos entre as pessoas envolvidas. Mas para essa concretização, um bom profissional deve estar presente neste ambiente. E ele deve possuir um pensamento democrático.

Assim, Lancaster (2004:1) afirma:

pode-se considerar o funcionamento da biblioteca como se fosse essencialmente um casamento entre os recursos informacionais e o pessoal: o sistema consiste principalmente em recursos informacionais e pessoas treinadas na utilização desses recursos para benefício dos usuários.

O profissional é a ponte que leva a informação ao usuário. Por isso ele deve saber interagir com esses novos recursos, deve dominar as novas tecnologias. Precisa saber pesquisar, tratar, e, principalmente, saber disseminar a informação. É preciso focar no instrumento principal que dá vida à biblioteca, o usuário. E para isso, é necessário um aperfeiçoamento na qualidade dos serviços dessas bibliotecas. Diversos são esses serviços:

- *Empréstimos domiciliários*: são empréstimos de livros ou qualquer outro material que a biblioteca possui. O usuário ficará com o material durante um tempo determinado de acordo com a biblioteca referida.
- *Renovações*: as renovações são feitas quando o usuário pretende passar mais tempo com o material, a renovação será permitida caso o material não possua nenhuma reserva.
- *Reservas de materiais*: se o usuário está interessando em certo material, mas este já se encontra emprestado, ele poderá fazer a reserva, e possuirá o direito de adquirir o material quando o mesmo for devolvido.
- *Serviços de referência*: o ideal é que cada biblioteca possua um bibliotecário de referência. O serviço de referência é o auxílio do profissional para com o usuário. É um processo que se dá início na busca da informação e se tem fim com os resultados obtidos.
- *Serviços de alerta*: são informações através de exposições e listas novas de aquisições feitas.

Serviços esses que podem ter o auxílio das tecnologias de informação e comunicação. Com a utilização dessas tecnologias, esses serviços podem ser simplificados. Antes de ir à biblioteca, o usuário pode consultar se o material que deseja se encontra disponível; se ele não tem condições de devolver esse material na data prevista, ele tem a opção de reservar esse material também sem comparecer ao ambiente da biblioteca. Se a biblioteca promove eventos, ela também poderá divulgar através desses novos meios tecnológicos, divulgará também a atualização de seu acervo; promoverá cursos; exposições; e qualquer outra atividade relacionada a esse ambiente, além de novidades diversas sobre leituras; novas tecnologias; e assuntos variados que interessam o público alvo. E uma das formas mais requeridas, é a implantação da tecnologia em amplos os sentidos, através, principalmente, da *web*.

“A plataforma *Web*, atualmente é considerada um dos suportes mais utilizados e crescentes que dinamiza, sociabiliza, e inova informações, ao usuário onde quer que esteja[...]”

(CARVALHO; LUCAS, 2005:2). O usuário se sente mais familiarizado a partir do momento em que são utilizados instrumentos que eles possuem apreço e intimidade. Nesse sentido, o profissional tem obrigação de se atualizar e saber qual a ferramenta mais utilizada no momento presente, de acordo com seus usuários.

Marcondes, Mendonça e Carvalho (2006:176) dizem que as bibliotecas começam a se transformar, e afirmam:

nota-se uma preocupação crescente em atender o usuário com o máximo de rapidez e eficiência, uma maior preocupação com o acesso à informação em detrimento da posse do documento, minimizando-se as limitações de tempo e espaço na busca da informação.

Por isso é tão importante a expansão da referência digital, que é o trabalho de referência praticado no espaço virtual. É ideal que o bibliotecário de referência goste de fazer suas atividades para tudo ser definido conforme o esperado pelo usuário, e com o bibliotecário de referência virtual não é diferente. A grande maioria das universidades brasileiras possui um site (página na Internet), e muitas apresentam uma página exclusiva da biblioteca, contendo informações sobre a mesma, e páginas dos próprios usuários, onde eles podem fazer renovações, reservas, etc.

Mas a ideia é estender esse laço entre profissional e usuário, por isso esses sites poderiam conter links que remetem aos recursos da *web* que interessam a esses usuários. Grande parte das mídias sociais são esses recursos, são onde se apresentam muitos desses alunos diariamente, e por isso é tão importante a integração do profissional bibliotecário e da biblioteca com essas mídias sociais.

4. Web 2.0

“Teia do tamanho do mundo” é a tradução para World Wide Web (WWW), expressão criada por Tim Bernes-Lee, por volta de 1980. Web 1.0 é a denominação desta fase, que durou até o início do século XXI. Web estática; taxonomia (termos relacionados organizados por um profissional), além da ausência da participação dos usuários nas publicações são as características mais marcantes dessa primeira fase da WWW. Porém, as novas tecnologias cada vez mais transformam a maneira das pessoas utilizarem a Web. Por meio do constante desenvolvimento, um novo tipo de *web* foi definido. Como consequência de uma evolução, este novo modelo é denominado *web 2.0*.

O termo *web 2.0* foi citado pela primeira vez em uma conferência feita por Tim O’Reilly, no ano de 2004. Desde então, vários estudiosos e pesquisadores buscam um conceito específico, outros dizem que não existe a necessidade de uso desse termo, que grandes empresas usam apenas por marketing. Entretanto, a *web 2.0* parece sim existir, e o seu potencial diz respeito tanto às transformações comportamentais sofridas pelos usuários da Web, quanto às tecnologias, propriamente ditas.

O’Reilly (2005:12) diz que “uma das lições chave da era *web 2.0* é essa: usuários adicionam valor”. Participação, colaboração e compartilhamento são as três palavras que melhor definem a *web 2.0*. Os usuários deixam de ser apenas espectadores ou consumidores, eles

são a própria informação. Eles a elaboram e compartilham com quem quer que seja em qualquer lugar do mundo.

A *web 2.0* é a consequência da ativa participação dos usuários nas novas ferramentas tecnológicas que se encontram na rede mundial de computadores. E esse fator advém de mudanças socioculturais do mundo contemporâneo. A conexão entre cultura, sociabilidade e novas tecnologias denomina-se cibercultura, e essa segunda geração da *web* faz parte desse meio, dessa transformação. McLuhan (*apud* LEMOS, 2002) estabelece dois termos de interatividade, os *media* quentes e frios.

Os *media* quentes são os meios de expressão que quase nunca, ou nunca, possuem interação do espectador. Os *media* frios, ao contrário, permitem essa interação. Lemos (2002:77) afirma que “[...] as tecnologias de cibercultura são *media* frios, interativos e retribalizantes”. Ou seja, a *web 2.0*, que faz parte da cultura cibernética, é um fator *media* frio, que requer interação e permite as colaborações dos usuários (antigos espectadores ou sujeito passivos). Os usuários frequentam aquele espaço na rede, então talvez sejam os mais apropriados para a realização de mudanças nesse ambiente, por conhecerem melhor e por serem os principais interessados. Eles são o alvo de todo o processo de construção e absorção da informação nesta nova geração da WWW.

A partir da *web 2.0*, vários outros termos foram criados, todos com a inteligência coletiva em comum. A biblioteca, enquanto instituição que utiliza essas tecnologias de informação e comunicação, também sofreu transformações. Assim, a expressão Biblioteca 2.0 foi usada pela primeira vez em outubro de 2005 por Michael Casey, em seu blog *Library Crunch* (VÁZQUEZ; VEGA, 2007). A Biblioteca 2.0 é mais tecnológica, traz para o ambiente da biblioteca as ferramentas da *web 2.0* e proporciona maior interação entre usuários e bibliotecários, usuários e usuários, ou até mesmo entre bibliotecários e bibliotecários.

Biblioteca 2.0 é completamente centrada no usuário e gerenciada pelo usuário. Ela é um mashup de serviços tradicionais de bibliotecas e serviços inovadores Web 2.0. Ela é uma biblioteca para o século XXI, rica em conteúdo, interatividade e atividade social (MANESS, 2006:7).

Os usuários podem participar de diversas maneiras nestes novos recursos que a Web proporciona, através de chats, vídeos, blogs, e principalmente das mídias sociais (que abrangem todos esses recursos anteriores). “La Web 2.0 abre nuevas posibilidades de comunicación e información para la propia actividad bibliotecaria, para la comunicación profesional y para la prestación de los servicios a los usuarios” (VÁZQUEZ; VEGA, 2007:8). É inegável o crescimento do uso da Internet, espaço em que a troca de informações é de muitos para muitos.

Nesse sentido, a biblioteca pode ter um papel fundamental na questão da inovação e do estabelecimento de padrões de comunicação, interação e articulação entre a informação e os usuários, entre os usuários e as tecnologias. Bibliotecários e usuários precisam estar cientes dos avanços tecnológicos e, sobretudo, garantir que as suas necessidades informacionais sejam alcançadas, por meio das mídias sociais.

5. Mídias sociais e bibliotecas

O termo “Mídia Social” origina-se do inglês “Social Media”. As mídias sociais abrangem vários elementos que se encontram no meio eletrônico. É a comunicação revolucionada do século XXI. Pessoas compartilham informações e gostos através de imagens, sons, vídeos e textos. Todos podem ter um espaço nesse meio, pois ele é gratuito, basta ter acesso à Internet.

A comunicação era feita de uma pessoa para várias. Hoje, com estas novas ferramentas, qualquer um pode ser o mediador entre a informação e seus receptores, e é justamente o que caracteriza a *web 2.0*. Conforme pesquisa do IBOPE (2010), 67% dos internautas brasileiros acessam as redes sociais, com destaque para os jovens de 20 a 24 anos. E mais de um terço desses internautas, acessam as redes mais de uma vez ao dia.

Wagner Fontoura conceitua as Mídias Sociais, em seu blog *Boombust*, como “tecnologias e práticas on-line usadas por pessoas (isso inclui as empresas) para disseminar conteúdo, provocando o compartilhamento de opiniões, ideias, experiências e perspectivas”. Já é comprovado que o grande público se encontra nesse ciberespaço, e muitas pessoas, sejam elas físicas ou jurídicas já buscam se aproveitar das oportunidades oferecidas por essas mídias.

Dupas (2000:13) diz que “no cotidiano da pós-modernidade, a máquina é substituída pela informação e o contato entre pessoas passa a ser mediado pela tela eletrônica”. Por isso a grande importância da presença das empresas nessas mídias, pois lá se encontram seus clientes. A comunicação é importante, o cliente se sente especial com a atenção a ele dada. Por conseguinte, o grande sucesso das empresas talvez se deva a esse fator, o uso (bem feito) das Mídias Sociais.

Por sua vez, Barros (2011, informação eletrônica) sugeriu no curso “Redes Sociais em Bibliotecas”, que:

se os hábitos dos usuários mudaram, as bibliotecas devem acompanhar essas mudanças. Se os usuários estão utilizando estas ferramentas, vamos tentar entendê-las e pensar em formas de oferecer serviços e produtos com base nessas novas tecnologias.

É preciso, em primeiro lugar, ter uma estratégia de ação. Sousa e Azevedo (2010:10) afirmam que o ideal “[...] não é só desenvolver, mas desenvolver estrategicamente pensando na interação”, ou seja, os profissionais que ficarem responsáveis pela criação dessas páginas precisam primeiramente fazer um estudo sobre seus usuários, tentar descobrir qual o maior interesse dos mesmos por estar naquele local, procurar saber qual o horário em que eles mais acessam as redes, em quais mídias eles mais se encontram, quais os produtos/serviços das bibliotecas que eles mais gostariam de ver presentes nesse espaço virtual. Depois desse processo, a implantação seria feita. Pois não adianta a criação de uma página virtual, sem um planejamento previamente elaborado pelo próprio profissional.

Aguiar e Silva (2010:2) asseveram que as bibliotecas universitárias

[...] agora usufruem da oportunidade de, novamente, oferecerem, por meio das plataformas tecnológicas presentes na geração *Web 2.0*, formas novas de

tratamento, organização, disseminação e recuperação de informações; de interação com o usuário.

A evolução ocorre em todos os setores da sociedade, e com a biblioteca não pode ser diferente. Os bibliotecários que já desfrutam dessas ferramentas tecnológicas, precisam estar em constante atualização. Os que ainda não utilizam esses meios precisam buscar um efetivo treinamento e adaptação, em favor dos usuários, da instituição que trabalham, e em seu próprio favor.

6. Twitter

Ferramenta criada em 2006 pelos americanos Evan Williams, Jack Dorsey e Biz Stone, o Twitter atingiu seu ápice em 2009, quando seu número de usuários dobrou. Em setembro de 2010 atingiu a marca de 175 milhões de twitteiros (assim chamados os usuários do Twitter). Chegando a mais de 300 milhões de contas no mundo inteiro em 2011, sendo o Brasil o país que apresenta o maior número de usuários, dentre os países que não tem como língua oficial o inglês (ALVES, 2011:99).

Rufino (2009:11) afirma que o Twitter é “um micro-blogging, ou seja, um blog limitado, que permite a publicação de apenas 140 caracteres. É uma proposta de trocar informações e noticiar o que acontece em poucas palavras.” Sua proposta inicial, no entanto, era de apenas conter informações pessoais, respondidas pela pergunta: o que você está fazendo?

Além da troca de informações entre seguidos (pessoas sobre quais os usuários resolvem obter informações) e seguidores (pessoas que resolvem obter informações sobre determinados usuários), o Twitter proporciona a rápida propagação de uma notícia através de um *retweet*, quando um usuário cita a informação recebida, dando os devidos créditos à fonte original.

Isso ocorre quando o usuário acredita no valor de tal informação e resolve repassar para seus seguidores, que passarão para seus respectivos seguidores, e assim sucessivamente. O *retweet* ou retuíte (forma aportuguesada) acontece de forma manual, o usuário copia e cola a notícia, colocando antes o símbolo RT de *retweet* e o *username* (usuário) que deu origem a tal informação. Ou de maneira automática, basta clicar na palavra “*Retweet*”, e aquela informação aparecerá na página dos seguidores da pessoa que resolveu estender tal informação.

O Twitter também apresenta os *Trending Topics*, os dez assuntos mais comentados na rede, de acordo com a cidade ou país escolhido. Por meio do ícone (#), os usuários podem criar *hashtags*, que são as palavras-chave, classificando assim alguns *posts* de acordo com determinado assunto. Além de poder criar listas de twitters em comum, facilitando o momento da busca da informação desejada. Também há um espaço para o armazenamento das postagens que mais chamaram a atenção do usuário, denominado “favoritos”. Os usuários podem conversar via *reply*, que é mensagem pública. Ou via *direct message* (mensagem direta), que é uma mensagem privada.

Um dos motivos que aproximam os usuários de mídias sociais ao Twitter é a flexibilidade de uso. Não só através de um computador ou de seu próprio *site* tem-se acesso, mas várias outras ferramentas oferecem seu uso, como assegura Rufino (2009:11):

neste serviço, os usuários podem publicar notícias e compartilhar informações através de celulares e de outros equipamentos e não apenas por meio do computador. As possibilidades de comunicação no Twitter são significativas e de grande contribuição para o processo de disseminação de informações.

Recuero e Zago (2009:9) tratam como Capital Social as informações que as mídias sociais proporcionam e como os usuários lidam e tiram vantagens delas. De acordo com uma pesquisa feita pelas autoras em relação ao Twitter, elas afirmam que

94,2% do total de respondentes afirmou que costuma clicar nos links que são divulgados por sua rede, indicando um alto nível de credibilidade e interesse nas informações, o que mostra seu valor para a rede social e seu impacto na reputação de quem as publica.

Diante de todos os dados expostos sobre essas novas tecnologias (leia-se mídias sociais), as empresas precisam se enquadrar nesta nova forma de se comunicar com seus clientes e fazer marketing. Nesse sentido, Huberman, Romero e Wu (2008:2, tradução nossa) comentam sobre essas mídias: “Empresas comerciais tentam explorá-las para fins de marketing, pois proporcionam um meio para propagar recomendações através de pessoas com interesses em comum”.

Bibliotecas no país inteiro também já utilizam essas mídias a fim de se aproximar de seus usuários. Porém, a grande maioria de usuários do Twitter não troca mensagens diretas, ou seja, não possui uma comunicação frequente. É preciso a conversação e troca de conhecimentos desses “amigos”. A interação é necessária, principalmente em páginas de empresas e bibliotecas, para que seus usuários sintam a confiança e sintam-se úteis diante de tanta informação.

7. Biblioteca Central da UNICAP

A Biblioteca Central Padre Aloísio Mosca de Carvalho tem como objetivo proporcionar suporte informacional às atividades de ensino, pesquisa e extensão da UNICAP. Teve sua origem em 1943, na primeira Biblioteca da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras Manoel da Nóbrega. Em dezembro de 1983, depois de algumas transferências, foi, finalmente, iniciada a construção do prédio da biblioteca, com uma área de 5.699,09 m². Tem um acervo de aproximadamente 295.320 exemplares de livros, entre outros tipos documentais como periódicos, vídeos, fitas cassetes, cd-roms, mapas, fotografias e material em Braille. Todo esse acervo é de livre acesso para a comunidade acadêmica da Universidade.

Com um total de 50 funcionários, sendo 14 bibliotecários, 28 auxiliares administrativos, 8 recepcionistas e 5 estagiários, a Biblioteca Central da UNICAP atende, em média, 400 mil consultas por ano ao acervo, realiza mais de 700 mil empréstimos domiciliários por ano, e tem uma frequência média de 3.500 leitores por dia. A UNICAP também possui uma Biblioteca Digital, um repositório de teses e dissertações, monografias de especialização e artigos das revistas produzidas na Universidade. E está integrada a Biblioteca Digital de Teses e Dissertações do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), que tem como objetivo disponibilizar na rede a produção acadêmica da Instituição. A Biblioteca Pe. Aloísio M. de Carvalho é aberta ao público em geral, todos

podem usufruir de seu acervo fazendo consultas no local. Em períodos de provas a biblioteca abre exclusivamente para os funcionários e estudantes da Instituição.

8. Biblioteca Central da UFRPE

A Biblioteca Central da UFRPE foi criada em 1914 como “depósito de livros” dos Cursos das Escolas Superiores de Agricultura e Medicina Veterinária “São Bento”, localizados inicialmente em Olinda, Estado de Pernambuco. Posteriormente, com a transferência desses cursos para o bairro de Dois Irmãos (localização atual sede), o acervo foi transferido. À princípio, o acervo ocupava 229 m² do edifício central da Universidade. No ano de 1976 passou para 1026 m², a partir da construção de um prédio próprio. Suas instalações físicas foram ampliadas em mais 2000 m², a partir de 1980, com a construção de um anexo, composto por três pavimentos, passando então a ocupar área física de 3026 m².

A partir de 1947 a Biblioteca foi denominada “Biblioteca da Universidade Rural de Pernambuco”, e após ser federalizada, em 1955, passou a se chamar “Biblioteca da Universidade Federal Rural de Pernambuco”, integrando, assim, o Sistema Federal de Ensino. Nesse mesmo ano, os trabalhos técnicos relacionados ao tratamento do acervo foram iniciados. A partir do Decreto nº 93 de 3/11/1975, a Biblioteca passou a se chamar Biblioteca Central da Universidade Federal Rural de Pernambuco, mas em 1978 passou a designar-se Biblioteca Professor Mário Coelho de Andrade Lima. Ela tem como missão “mediar a informação entre os que a produzem e os que a utilizam, de forma que o conhecimento gerado a partir dessa informação, venha a ser socializado, apropriado e reapropriado, gerando novos conhecimentos”. Possui 13 bibliotecários e uma média de 30 funcionários e seu funcionamento ocorre de segunda-feira a sexta-feira, das 8h às 21h, e aos sábados das 8h às 12h.

9. Análise e comparação

Diante de vários serviços e atividades, foram feitas entrevistas com as bibliotecárias Cristiane Alberto (UNICAP) sobre o uso do Twitter, tipos de divulgações feitas, mudanças ocorridas desde o início de seu uso, etc., e Lorena Teles (UFRPE) sobre o porquê da não utilização dessa ferramenta. As sessões a seguir ilustram as análises das duas entrevistas feitas e uma comparação entre as respectivas bibliotecas.

9.1. Análise da Biblioteca Central da UNICAP

A Biblioteca Central da UNICAP realiza serviços de empréstimos de materiais, renovações, reservas e cobra multa em caso de atraso, assim como a maioria das bibliotecas existentes. Porém, um dos destaques é o tratamento igualitário entre todos os usuários. Alunos, seja de graduação ou pós-graduação, professores, funcionários a até mesmo o reitor da biblioteca possuem os mesmos direitos quanto a empréstimos, renovações, etc., e a multa é cobrada em caso de atraso do material referente.

Apesar desses serviços prestados, estes não são os assuntos abordados no Twitter. A biblioteca apresenta também a Seção de Referência, onde os usuários são orientados a fazer pesquisas, recebem informações gerais sobre a biblioteca, e são orientados quanto à

normalização de trabalhos acadêmicos. É necessária a geração da satisfação do usuário a partir do serviço de referência, sendo esse um dos papéis do Twitter da BC UNICAP.

Divulgações são feitas, e o Twitter da BC UNICAP serve para comunicar aos usuários os diversos acontecimentos pertinentes na BC e na universidade como um todo. Cristiane denomina o Twitter como um verdadeiro “mural eletrônico”, eventos e indicações de leituras são ali encontrados, além da divulgação de novas aquisições da biblioteca. Também são publicadas notas sobre produtos e serviços, às vezes remetendo (*link*) o usuário a outra página que contém maiores informações.

Apesar de não prestar tipos de serviços como “alertas de devolução”, a bibliotecária costuma tirar dúvidas e sanar dificuldades dos usuários, por exemplo, na hora de uma renovação, ou qualquer outra atividade feita pelos usuários através do *Pergamum* (sistema *online* de biblioteca), via *Direct Message* (DM). Além de esclarecer que está disponível para uma conversa pessoal com o usuário, caso este não esteja satisfeito com alguns fatores ou mudanças que ocorrem na biblioteca.

O Twitter é utilizado na biblioteca desde dezembro de 2009. A bibliotecária Cristiane faz questão de frisar as mudanças positivas ocorridas no relacionamento entre os bibliotecários e os usuários, o qual ficou evidente após a utilização do Twitter. Com o uso do *Pergamum*, desde 2003, alguns serviços via Internet já eram oferecidos aos usuários, porém sentia-se necessidade de uma maior interação a partir de uma linguagem menos formal.

O Blog foi criado e logo em seguida o Twitter, apresentando um maior retorno aos desejos dos usuários e bibliotecários. Hoje (22/10/17), o Twitter @bcUNICAP possui 584 seguidores, aumentando esse número a cada período de matrícula, por causa da divulgação feita aos novos alunos que ingressam na universidade. Além de Cristiane, mais dois bibliotecários são responsáveis pela atualização dessas ferramentas. Ela fez uma especialização em Gestão e Tecnologia da Informação, e a partir daí surgiu a ideia da utilização dessas ferramentas tecnológicas.

Ela afirma, ainda, que uma das atividades diárias da equipe da BC é a atualização dos conteúdos e, assim, a equipe tem a função de atualizar os seus “seguidores” sobre as novidades da universidade, da biblioteca e também da cena cultural pernambucana, assunto bastante abordado. Além de tentar manter sempre o contato com os usuários que requerem um pouco de atenção, seja para tirar uma dúvida, ou sugerir e criticar algo.

9.2. Análise da Biblioteca Central da UFRPE

A Biblioteca Central da UFRPE possui um setor de referência onde oferece os serviços de consulta à coleção de referência, realiza também empréstimo de materiais com tempo determinado, que varia de acordo com o tipo de usuário (graduando, pós-graduando e funcionário). Oferece serviço de normalização de trabalhos acadêmicos de acordo com as normas da ABNT. A biblioteca também possui um setor de periódico, onde é oferecido acesso ao Portal de Periódicos da CAPES, oferece o serviço de comutação bibliográfica (COMUT) ao público em geral. Também se encontra um setor de apoio à pesquisa, onde são consultadas teses, dissertações e monografia. É também realizada no setor de processamento técnico a chamada catalogação na fonte (elaboração de fichas catalográficas de trabalhos científicos).

A Biblioteca Professor Mário Coelho de Andrade Lima presta vários serviços, porém, não faz uso de mídias sociais. Será que os serviços são bem divulgados? Será que os alunos estão a par de tudo o que ocorre naquele local? A bibliotecária entrevistada, Lorena Teles, diz que a universidade está presente nessas mídias, inclusive no Twitter, no entanto afirma que a biblioteca não possui essas páginas *online* por falta de recursos humanos. Ao todo são 13 bibliotecários empregados na BC da UFRPE, mas o trabalho é árduo e as prioridades são outras, sendo assim, falta profissional que dedique algumas horas do dia para essa atividade de divulgação e auxílio ao usuário daquela biblioteca.

A bibliotecária reconhece a eficiência dessas mídias sociais, declara que são ferramentas indispensáveis que auxiliam em serviços diversos, inclusive fortalece a relação com os usuários, e que um dia pretende utilizá-las. Até porque as divulgações de novas aquisições e eventos culturais são feitas em espaços da própria biblioteca, perdendo muitas vezes, assim, um grande público que não frequenta aquele espaço, mas que poderia começar a frequentá-lo após a divulgação de informações em um espaço que, de fato, a grande maioria se encontra, as mídias sociais.

9.3. Análise comparativa entre a Biblioteca Central da UNICAP e da UFRPE

A Biblioteca Central Padre Aloísio Mosca de Carvalho e a Biblioteca Professor Mário Coelho de Andrade Lima são bibliotecas que fazem parte de duas grandes universidades pernambucanas e atendem ao grande público. Sem a existência de bibliotecas setoriais nessas duas universidades, a responsabilidade é posta inteiramente nessas duas bibliotecas centrais, que devem abordar o mais diversificado conteúdo possível, para atender ao seu público diverso. Com 14 bibliotecários na BC da UNICAP e 13 na BC da UFRPE, essas duas bibliotecas possuem grandes diferenças, apesar de seus serviços e objetivos serem bastante semelhantes. A maior diferença é o fato de uma ser privada e a outra pública. Nunes (2004, informação eletrônica) afirma que “para alguns governos, a educação pública é, geralmente, uma “pedra no sapato”: a educação é cara, tem custos fixos, não dá bônus, incomoda (greves) e dá poucos votos”.

A bibliotecária entrevistada da UFRPE destacou o porquê do não uso do Twitter: a falta de recurso humano. Para ela há a necessidade de mais profissionais bibliotecários para se dedicarem a essa atividade, pois os que lá trabalham estão empenhados em várias outras pendências que a biblioteca possui. Tudo isso provém do fato de a Biblioteca Professor Mário Coelho de Andrade Lima fazer parte de uma instituição pública.

As novidades da BC da UFRPE são divulgadas no espaço físico da própria biblioteca, enquanto as da UNICAP são também divulgadas na grande rede de Internet, através do Twitter. Muitos têm acesso a essas informações, não apenas os estudantes da universidade. Por isso muitos se sentem convidados a fazer parte daquele ambiente, sentem-se atraídos, e, conseqüentemente, propagam a devida informação a quem quer que queira recebê-la. Assim, é feita uma maior divulgação de novas aquisições, de eventos que a biblioteca proporciona, de novidades sobre os cursos que a universidade dispõe, e de notícias no geral. O relacionamento bibliotecário/usuário mudou positivamente na UNICAP a partir do uso do Twitter, o que serve de exemplo para a biblioteca da UFRPE. Por coincidência, ou não, a BC da UFRPE recebe um número relativamente pouco, de usuários por dia (ao não ser em semana de avaliação), ao contrário da BC da UNICAP que recebe em média 3.500 usuários (alunos da universidade, funcionários e usuários externos estão inclusos).

Grandes são as diferenças encontradas nessas duas bibliotecas: tipos de materiais, diversidade nos eventos culturais proporcionados, a forma como são feitas divulgações de notícias, serviço de referência, etc. Dentre tantos fatores, uma postura ou atitude distinta dos servidores da BC da UFRPE, poderia gerar novos frutos na relação com o usuário. Por fim, talvez não seja interessante a desmotivação calcada na falta de estrutura e de pessoal, mas a busca pela capacitação do pessoal, investimentos em infra-estrutura e uma saudável aproximação com o usuário, por meio, também, das novas mídias, dentre elas o Twitter.

10. Considerações finais

As bibliotecas universitárias lidam com um grande público, o qual está conectado aos diversos tipos de tecnologia e exige a atualização dos meios de comunicação e serviços em diversos campos da sociedade. É necessária a existência de um profissional bibliotecário para auxiliar na busca das informações requisitadas, para organizá-las e também disseminá-las eficazmente.

Os novos meios de comunicação e compartilhamento de informações facilitam o trabalho desses profissionais e, de fato, aproximam o público alvo dessas bibliotecas. É difícil, nos dias de hoje, encontrar uma biblioteca que não possua um sistema automatizado. Estes sistemas deram início aos serviços virtuais, os quais foram estendidos pelas mídias sociais a partir da *web 2.0*.

Bibliotecas do mundo inteiro já fazem parte deste espaço da web através das mídias sociais, a exemplo de uma das bibliotecas aqui estudada. A Biblioteca Central da UNICAP possui sua página no próprio *site* da universidade, e também se faz presente em três conhecidas mídias sociais: *blog*; *flickr* (*site* de fotos); e Twitter, onde há o maior retorno e, dentre estas, é a mídia mais acessada pelos usuários desta biblioteca.

O Twitter da Biblioteca Central da UNICAP (@bcUNICAP) está em constante atualização, está sempre divulgando notícias também através de fotos. O perfil a cada dia ganha mais seguidores, e os bibliotecários percebem a importância ocorrida desde o início de seu uso através das mudanças notadas no relacionamento entre bibliotecários e usuários. Portanto, o Twitter é de fato uma ferramenta importante, e a @bcUNICAP deve ser exemplo para tantas bibliotecas que ainda não fazem parte dessa nova geração web e não utilizam essa ferramenta bastante essencial nos dias de hoje.

Por fim, futuros estudos serão necessários em relação ao entendimento da articulação entre a cibercultura, as mídias sociais e as bibliotecas universitárias, incluindo talvez um mapeamento nacional com foco no usuário e na sua relação com as mídias sociais por meio da mediação das bibliotecas universitárias.

Referências bibliográficas

AGUIAR, G. A.; SILVA, J. F. M. da

2010 As Bibliotecas universitárias nas redes sociais: facebook, orkut, myspace e ning. In SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 16º, Rio de Janeiro, 2010 – *Anais...* [Em linha]. Rio de Janeiro : UFRJ, 2010. [Consult. 30 ago. 2017]. Disponível em: https://www.gapcongressos.com.br/eventos/z0070/trabalhos/final_168.pdf.

ALVES, C. D.

2011 Informação na twitosfera. *Revista digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*. [Em linha]. 9: 1 (2011) 92-105. [Consult. 5 out. 2017]. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1921>.

BARROS, M.

2011 *Curso redes sociais em bibliotecas*. [Em linha]. 2011. [Consult. 15 ago. 2017]. Disponível em: <https://goo.gl/Kuyxqf>.

CARVALHO, L. dos S.; LUCAS, E. R. de O.

2005 Serviço de referência e informação: do tradicional ao on-line. In ENCONTRO NACIONAL DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 6º, Salvador, 2005 – *Anais...* [Em linha]. Salvador : UFBA, 2005. [Consult. 5 set. 2017]. Disponível em: <http://dici.ibict.br/archive/00000529/>.

CUNHA, M. B. da

2000 Construindo o futuro: a biblioteca universitária brasileira em 2010. *Ciência da Informação*. [Em linha]. 29:1 (2000) 71-89. [Consult. 1 set. 2017]. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652000000100008&script=sci_abstract&tlng=pt.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L.

1998 *Conhecimento empresarial*. 7ª ed. Rio de Janeiro : Campus, 1998.

DUPAS, G.

2001 *Ética e poder na sociedade da informação: de como a autonomia das novas tecnologias obriga a rever o mito do progresso*. 2ª ed. São Paulo : UNESP, 2001.

FONTOURA, W.

2008 A Hora e a vez das mídias sociais. *Boombust*. [Em linha]. 2008. [Consult. 1 out. 2017]. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xlR9iTn/content/a-hora-e-a-vez-das-midias-sociais-143033/10883.

HUBERMAN, B. A., ROMERO, D. M.; WU, F.

2008 *Social networks that matter: twitter under the microscope*. [Em linha]. 2008. [Consult. 6 out. 2017]. Disponível em: <https://arxiv.org/pdf/0812.1045.pdf>.

IBOPE

2010 *Ibope*. [Em linha]. 2010. [Consult. 30 set. 2017]. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/Paginas/oquevoceprocura.aspx>.

LANCASTER, F. W.

2004 *Avaliação de serviços de bibliotecas*. Brasília : Briquet de Lemos Livros, 2004.

LEMOS, A.

2002 *Cibercultura: tecnologia e vida social na vida contemporânea*. Porto Alegre : Sulina, 2002.

MANESS, J.

2007 Teoria da biblioteca 2.0: *web 2.0* e suas implicações para as bibliotecas. *Informação & Sociedade: estudos*. [Em linha]. 17:1 (2007) 43-51. [Consult. 20 set. 2017]. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/831>.

MARCONDES, C. H.; MENDONÇA, M. A.; CARVALHO, S. M.

2006 Serviços via *web* em bibliotecas universitárias brasileiras. *Perspectivas em Ciência da Informação*. [Em linha]. 11:2 (2006) 174-186. [Consult. 7 set. 2017]. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/321>.

MIGUEL, N. M. D.; AMARAL, R. R. do

2004 *A Biblioteca universitária e as novas tecnologias*. [Em linha]. 2004. [Consult. 1 set. 2017]. Disponível em: http://www.aceso.uerj.br/a_biblioteca_artigo.pdf.

MILANESI, L.

2002 *Biblioteca*. São Paulo : Ateliê Editorial, 2002.

MORIGI, V. J.; PAVAN, C.

2004 Tecnologias de informação e comunicação: novas sociabilidades nas bibliotecas universitárias. *Ciência da Informação*. [Em linha]. 33:1 (2004) 117-125. [Consult. 1 set. 2017]. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652004000100014&script=sci_abstract&tlng=pt.

O'REILLY, T.

2005 *O Que é web 2.0: padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software*. [Em linha]. 2005. [Consult. 20 set. 2017]. Disponível em: <https://pressdelete.files.wordpress.com/2006/12/o-que-e-web-20.pdf>.

RECUERO, R.; ZAGO, G.

2011 A Economia do retweet: redes, difusão de informações e capital social no twitter. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 20º, Porto Alegre, 2011 – *Anais...* [Em linha]. Porto Alegre : UFRGS, 2011. [Consult. 5 out. 2017]. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/recuerozagocompos2011.pdf>.

RUFINO, A. F.

2009 Twitter: a transformação na comunicação e no acesso às informações. In CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 11º, Teresina, 2009 – *Anais...* [Em linha]. Teresina : Intercom, 2009. [Consult. 5 out. 2017]. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2009/resumos/R15-0542-1.pdf>.

SALCEDO, D. A.

2013 *Espelhos de papel: pelo estatuto do selo postal*. Recife : EDUFPE, 2013 (no prelo). Originalmente apresentada como Tese de Doutorado em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, 2013.

SOUSA, L. M. M. de; AZEVEDO, L. E.

2010 O Uso das mídias sociais nas empresas: adequação para cultura, identidade e públicos. In CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORTE, 9º, Rio Branco, 2010 – *Anais...* [Em linha]. Rio Branco : Intercom, 2010. [Consult. 3 out. 2017]. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/norte2010/resumos/R22-0015-1.pdf>.

VÁZQUEZ, N. A.; VEGA, J. A. M.

2007 La Biblioteca como usuaria de la web 2.0. In JORNADAS ESPAÑOLAS DE DOCUMENTACIÓN, 10^{as}, Santiago de Compostela, 2007 – *Anais...* [Em linha]. Santiago de Compostela : FESABID, 2007. [Consult. 20 set. 2017]. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/9523/>.

Diego Salcedo | salcedo.da@gmail.com

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Riane Alves | riamel09@gmail.com

Bacharel em Biblioteconomia, Brasil