

BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS E A COMUNICAÇÃO EM REDE

o uso de tecnologias infocomunicacionais

Walqueline da Silva Araújo¹
Universidade Federal da Paraíba
walqueline.araujo@gmail.com

Gustavo Henrique de Araújo Freire²
Universidade Federal do Rio de Janeiro
ghafreire@gmail.com

Resumo

Introdução: esta pesquisa aborda a comunicação digital e sua influência na sociedade contemporânea. Apresenta conceitos e características da resignificação das bibliotecas universitárias no que se refere à comunicação na era da informação digital. **Objetivo:** identificar as mídias sociais nas quais as bibliotecas universitárias das instituições que obtiveram destaque na web, de acordo com o ranking Webometrics³, edição de janeiro de 2024, estão utilizando para se comunicar e promover seus produtos e serviços de informação. **Metodologia:** A pesquisa é de natureza exploratória e possui abordagem qualitativa e quantitativa, tendo em vista que este tipo de abordagem visa quantificar dados coletados, bem como, identificar características, perfis e estruturas, respectivamente. Para analisar os dados coletados utilizou-se o método descritivo-compreensivo-interpretativo. Logo, o campo da pesquisa foi representado por dez bibliotecas universitárias das instituições da América Latina que obtiveram destaque na web, conforme o ranking Webometrics. **Resultados:** Constatou-se que as bibliotecas universitárias que fizeram parte do escopo da pesquisa têm utilizado as mídias sociais, a exemplo do *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* e *X* para se comunicar com o público-alvo. Diante dessa constatação, interpreta-se que a utilização das mídias sociais por parte das bibliotecas universitárias constitui uma realidade. Acredita-se que as bibliotecas estão cientes da importância da presença digital no processo comunicativo com seus usuários. **Conclusões:** Logo, concluiu-se que o essencial para o sucesso do processo comunicativo digital entre a biblioteca e o usuário é estar se comunicando ativamente, de maneira que gere envolvimento com o público-alvo, por meio das plataformas de mídias sociais.

Palavras-chave: biblioteca universitária; comunicação digital; mídias sociais; comunicação em rede; tecnologias infocomunicacionais.

¹ Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Bibliotecária na UFPB.

² Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professor Associado do Departamento de Biblioteconomia da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

³ <https://www.webometrics.info/en>



Esta obra está licenciada sob uma licença

Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0).

UNIVERSITY LIBRARIES AND NETWORKED COMMUNICATION
the use of infocommunication technologies

Abstract

Introduction: This research addresses digital communication and its influence on contemporary society. It presents concepts and characteristics of the redefinition of university libraries with regard to communication in the digital information age. **Objective:** To identify the social media that university libraries from institutions that have gained prominence on the web, according to the Webometrics ranking, January 2024 edition, are using to communicate and promote their information products and services. **Methodology:** The research is exploratory in nature and has a qualitative and quantitative approach, given that this type of approach aims to quantify collected data, as well as identify characteristics, profiles, and structures, respectively. The descriptive-comprehensive-interpretative method was used to analyze the collected data. Therefore, the research field was represented by ten university libraries from Latin American institutions that have gained prominence on the web, according to the Webometrics ranking. **Results:** It was found that the university libraries that were part of the scope of the research have used social media, such as Facebook, Instagram, YouTube, and X, to communicate with the target audience. Given this finding, it is understood that the use of social media by university libraries is a reality. It is believed that libraries are aware of the importance of digital presence in the communication process with their users. **Conclusions:** Therefore, it was concluded that the essential for the success of the digital communication process between the library and the user is to be actively communicating, in a way that generates engagement with the target audience, through social media platforms.

Keywords: university library; digital communication; social media; network communication; infocommunication technologies.

BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS Y COMUNICACIÓN EN RED
el uso de las tecnologías de la infocomunicación

2

Resumen

Introducción: Esta investigación aborda la comunicación digital y su influencia en la sociedad contemporánea. Presenta conceptos y características de la redefinición de las bibliotecas universitarias con respecto a la comunicación en la era de la información digital. **Objetivo:** Identificar las redes sociales que las bibliotecas universitarias de instituciones que han ganado prominencia en la web, según el ranking de Webometrics, edición de enero de 2024, están utilizando para comunicar y promover sus productos y servicios de información. **Metodología:** La investigación es de naturaleza exploratoria y tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, dado que este tipo de enfoque tiene como objetivo cuantificar los datos recopilados, así como identificar características, perfiles y estructuras, respectivamente. Se utilizó el método descriptivo-comprensivo-interpretativo para analizar los datos recopilados. Por lo tanto, el campo de investigación estuvo representado por diez bibliotecas universitarias de instituciones latinoamericanas que han ganado prominencia en la web, según el ranking de Webometrics. **Resultados:** Se encontró que las bibliotecas universitarias que formaron parte del alcance de la investigación han utilizado redes sociales, como Facebook, Instagram, YouTube y X, para comunicarse con el público objetivo. Ante este hallazgo, se entiende que el uso de las redes sociales por parte de las bibliotecas universitarias es una realidad. Se cree que las bibliotecas son conscientes de la importancia de la presencia digital en la comunicación con sus usuarios. **Conclusiones:** Por lo tanto, se concluyó que la clave para el éxito de la comunicación digital entre la biblioteca y el usuario es la comunicación activa, de forma que genere engagement con el público objetivo, a través de las redes sociales.

Palabras clave: biblioteca universitaria; comunicación digital; medios sociales; comunicación en red; tecnologías de la infocomunicación.

1 INTRODUÇÃO

É perceptível a imersão tecnológica que vivencia a sociedade contemporânea, com grande parte de suas atividades movidas pelas Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs). Essas tecnologias, a exemplo das mídias sociais, têm influenciado e proporcionado mudanças comportamentais nas práticas diárias dos sujeitos, uma vez que, além de se constituírem um meio de comunicação dinâmico e inovador, essas mídias também atuam como mecanismos eficientes de interação social, ultrapassando a barreira do tempo e do espaço.

As tecnologias digitais por meio dos dispositivos computacionais (desktops, notebooks, smartphones, tablets e similares) conectados à internet, impulsionam e tornam mais ágeis o acesso à informação, oportunizando a geração de novos conhecimentos. A relação entre o ser humano e a máquina tem se tornado cada vez mais constante, possibilitando com isso o desenvolvimento mais acelerado da sociedade em todos os seus setores. No âmbito acadêmico das universidades, as bibliotecas universitárias (BUs) possuem um papel essencial no que se refere ao ciclo da informação, como pontuam Zanon, Bedin e Sena (2023, p. 2) ao dizerem que as bibliotecas se constituem em espaços de “conscientização e formação de acadêmicos e da comunidade por elas abrangidas, e não apenas como agente de custódia e guarda de materiais, mas também cabendo a elas a missão de identificar e disseminar informações e conhecimentos”.

A reconfiguração das práticas sociais ancoradas na tecnologia vem modificando também o modo de ver, de ser e de participar das pessoas nos processos sociais. Com isso, as bibliotecas têm se reconfigurado continuamente, inserindo-se de forma ativa nos espaços digitais de comunicação. Como assevera Zanon, Bedin e Sena (2023, p. 7) ao afirmarem que “o uso e aperfeiçoamento de tecnologias de comunicação e informação caracterizam algumas das transformações estruturais de nossa sociedade. Com isso, [...] as bibliotecas universitárias estão inseridas nessa busca por adequação e utilidade”.

Serviços que outrora só eram ofertados presencialmente, hoje estão ativos em espaços virtuais e a cada dia ganham mais adeptos, tanto no contexto de quem oferta, quanto de quem consome. Com isso, já não se faz necessário deslocar-se até o endereço físico de quem disponibiliza o produto ou serviço para se ter acesso aos mesmos, consolidando, dessa maneira, cada vez mais a cultura digital.

Diante do exposto, esta pesquisa apresenta a hipótese, comprovada ao final do estudo, de que as bibliotecas universitárias utilizam os espaços digitais de informação e comunicação ancorados nas TDICs, para compartilhar, dialogar, e interagir, mantendo comunicação ágil e

instantânea, para com isso efetivar a criação e a manutenção dos laços com seus usuários. Assim, os bibliotecários desenvolvem uma postura ativa nas plataformas digitais como condição essencial para sua sobrevivência e sucesso.

A justificativa dessa pesquisa envolve a necessidade de se conhecer como as práticas comunicativas das BUs vêm se estabelecendo com o avanço tecnológico, a partir da crescente utilização dos canais de comunicação *on-line*, a exemplo das redes sociais digitais, como ferramenta para a promoção dos produtos e serviços de informação, bem como para uma comunicação moderna e dinâmica com seus usuários. Nesse sentido, este estudo teve como objetivo principal: identificar quais as mídias sociais nas quais as bibliotecas universitárias das instituições que obtiveram destaque na web, de acordo com o ranking Webometrics, edição de janeiro de 2024, estão utilizando para se comunicar e promover seus produtos e serviços de informação.

Assim, busca-se com essa pesquisa propiciar um melhor entendimento sobre o tema e fortalecer as reflexões acerca do objeto de estudo, visando conhecer como o processo comunicativo digital ancorado nas plataformas de mídias sociais tem se estruturado nas bibliotecas universitárias.

4

2 A COMUNICAÇÃO DIGITAL NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Existem vários adjetivos para caracterizar a sociedade contemporânea, tais como: sociedade pós-industrial, sociedade do saber, sociedade tecnológica, sociedade em rede, sociedade do conhecimento, sociedade do aprendizado, sociedade digital, sociedade da informação. Seja qual for a nomenclatura estabelecida para a sociedade atual, é notório que a informação, o conhecimento e a tecnologia digital são elementos constitutivos e essenciais em seu contexto.

A evolução tecnológica e a enorme rede globalizada formada com o apoio da internet e dos dispositivos computacionais têm se configurado fatores de grande influência na identidade cultural da atual sociedade. A International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), publicou em sua edição de 2021 do *Trend report* (2021, p. 9) que as ferramentas digitais oferecem “possibilidades interessantes de fornecer acesso a uma gama mais ampla de conteúdo de diversas maneiras, facilitando a resposta a necessidades diversas”. No âmbito das BU's:

[...] o advento das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) contribuiu para a criação de diversas formas de divulgação dos seus produtos e serviços ao expandir os canais de comunicação, por meio do e-mail, site, páginas em mídias sociais como *Instagram, Facebook, Youtube e Whatsapp*, serviço de referência virtual, alerta corrente, dentre outros. Isso demonstra a potencialidade das bibliotecas universitárias em se aproximarem e valorizarem a participação de seus usuários (Pinheiro; Pereira, 2024, p. 32).

A dinamicidade e a amplitude de acesso que as TDICs proporcionam são fundamentais para o avanço da sociedade de maneira global. As tecnologias digitais têm contribuído de variadas formas para o aperfeiçoamento e o progresso da vida social, propiciando o crescimento econômico por meio do desenvolvimento de maquinários que aceleram a produção de bens e serviços. Nas BUs, a inovação em produtos e serviços sempre foi muito presente e desafiador. Com isso, “adaptar-se [...] à rotina de estudos e aos recursos tecnológicos utilizados pelo público atendido torna-se fator diferencial para que as bibliotecas estejam cada vez mais próximas de seus usuários” (Santos *et al.*, 2024, p. 2). Esse alinhamento entre BU, usuários e TDICs, visando a inovação, eleva a BU ao patamar de inserida digitalmente numa comunicação bidirecional e colaborativa, comunicação essa ancorada nas plataformas digitais modernas.

Por meio dos dispositivos computacionais, as pessoas passaram a ser provedoras e consumidoras das informações em meio digital, dominando também diversos mecanismos de interação, que transformam e moldam as atividades cotidianas que envolvem a sociedade.

A tecnologia digital, em geral, e a rede digital que chamamos de internet, em particular, mediando o uso, por exemplo, da telefonia móvel e os tablets eletrônicos, assim como a grande quantidade de programas (apps) e de forma de comunicação e informação digitais, como são as redes sociais ou blogs, têm alterado as possibilidades de interação de milhares de pessoas a nível político, econômico, cultural, industrial e sobretudo, no nível da vida diária (Capurro, 2014, p. 8).

O avanço tecnológico dispõe de uma gama de possibilidades de ações de informação por meio de diversas ferramentas de comunicação como as mídias sociais, disponibilizadas na contemporaneidade com inúmeras alternativas para relacionar-se socialmente, seja de forma local ou global. As TDICs nos proporcionam a execução de atividades em diversos contextos sociais, como profissional, financeiro, acadêmico, entre outros. Essas atividades podem ser realizadas de forma virtual por meio de videoconferências ou presencial com o auxílio de projetores e outros artefatos tecnológicos, tudo isso pode ser vivenciado com o suporte da internet.

O desenvolvimento do digital é, portanto, sistematizante e universalizante não apenas em si mesmo, mas também, em segundo plano, a serviço de outros fenômenos tecnológicos que tendem à integração mundial: finanças, comércio, pesquisa científica, mídias, transportes, produção industrial, etc (Lévy, 2011, p. 113).

No que se refere aos espaços acadêmicos científicos, nota-se o aumento do uso das mídias sociais pelas pessoas para uma variedade de propósitos, como buscar informações,

conversar e compartilhar conhecimentos. Nesse sentido, “o bibliotecário ao adotar esses dispositivos da web, para além de utilizá-lo com o fim de mediar a informação, também pode dar visibilidade à conteúdos alinhados às práticas socioculturais” (Silva; Sousa, 2023, p. 131), pois esta também se constitui uma vertente a ser trabalhada nos espaços digitais de comunicação, uma vez que a informação digital tem sido consumida em uma velocidade jamais imaginada, reconfigurando atividades básicas da sociedade, e isto não é diferente nos espaços informacionais como as BUs.

Muitas ferramentas de comunicação digital/virtual surgiram no contexto do avanço tecnológico, a exemplo do *Instagram* e do *Whatsapp*, entre outros canais de comunicação modernos, utilizados por diversas BUs do cenário mundial. Com isso, “as habilidades básicas da prática de relações públicas do século 20, como escrever comunicados à imprensa, declarações, discursos e organizar entrevistas e coletivas de imprensa, não são relevantes para a crescente gama de mídias sociais” (Macnamara, 2010, p. 8, tradução nossa).

De acordo com Macnamara (2010, p. 8, tradução nossa), os profissionais que lidam com as práticas comunicacionais no contexto das mídias sociais precisam:

[...] desenvolver novas habilidades, como a forma de inserir conversas *on-line* para representar suas organizações, corrigir informações imprecisas e defender-se contra críticas. Isso requer novas formas de falar e novas maneiras de ouvir (Macnamara, 2010, p. 8, tradução nossa).

Com isso, tem-se que são bastante significativas as mudanças relacionadas às práticas de comunicação com o advento das TDICs, exigindo dos profissionais habilidades digitais e desenvoltura no processo comunicacional por meio das mídias sociais. As tecnologias digitais têm impulsionado a “constituição de redes que conectam ideias, experiências, sujeitos, instituições, os quais, organizados a partir de relações horizontais, desencadeiam fluxos de interações, organizações, proposições, produções, conhecimentos, competências, aprendizagens” (Bonilla, 2005, p. 208).

As TDICs são elementos em constante evolução, destaques nos quesitos inovação e interatividade, e observa-se que o acesso a esses aparatos tecnológicos muda significativamente o modo de vida das pessoas, tornando os processos de busca informacional mais independentes e dinâmicos. Com isso, nas BUs, “a ação mediadora deve ter como objetivo subsidiar o processo de apropriação da informação por parte do usuário e pode ocorrer para além do espaço físico da biblioteca, como é o caso dos dispositivos de comunicação no meio digital” (Silva; Sousa, 2023, p. 133). Isso porque, com a tecnologia digital, as pessoas podem buscar informações sobre os mais variados temas e construir conhecimentos da vida diária ou do próprio avanço científico.

3 BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Na era da informação, as instituições que trabalham com a informação sistematicamente organizada, a exemplo de bibliotecas, arquivos, museus, entre outros, tornaram-se extremamente relevantes para o desenvolvimento de uma sociedade mais consciente e capaz de aprimorar seu pensamento crítico. No caso das bibliotecas, em particular as universitárias, essas unidades são responsáveis por selecionar, organizar e disseminar informações valiosas sobre temas como política, saúde, economia, educação, tecnologia e outros assuntos de interesse acadêmico e social, proporcionando às pessoas a transformação dessas informações em conhecimento. Cunha (2010, p. 7) assevera que as BUs são instituições complexas, “com múltiplas funções e uma série de procedimentos, produtos e serviços que foram desenvolvidos ao longo de décadas. No entanto, o seu propósito fundamental permaneceu o mesmo, isto é: proporcionar acesso ao conhecimento”.

O propósito da BU está diretamente atrelado ao ambiente acadêmico no qual ela está inserida. Entre suas atribuições está a de ser mediadora da informação; apesar de ao longo da sua história as bibliotecas virem trabalhando na organização, na armazenagem, na preservação e no compartilhamento dos registros do conhecimento, nos últimos anos elas “passaram a ter um papel mais incisivo na disseminação e promoção do acesso à informação” (Felício, 2014, p. 173). Isso se deu principalmente devido às mudanças provocadas pela sociedade da informação, na qual esse item se tornou a força impulsionadora da sociedade rumo ao desenvolvimento. Tendo como finalidade apoiar o ensino, a pesquisa e a extensão.

A biblioteca é a guardiã de registros informacionais do conhecimento, atividade esta que permanece intacta ao longo do tempo, uma vez que elas não sofreram modificações quanto às suas funcionalidades; com isso, não se pode deixar de destacar que elas conservaram inúmeras obras, guardando manuscritos, que na atualidade são fundamentais para a nossa concepção histórica.

Esse tipo de acervo é precioso, e as bibliotecas vão continuar a organizá-lo. Mas mais interessante é a informação digital – desde mensagens de e-mail e das redes sociais até dados da vida urbana e de saúde pública. Hoje, muito da nossa interação com o mundo produz informação. As bibliotecas precisam entender as vastas fontes de informação da sociedade moderna como um fenômeno que precisa de curadoria (Battles, 2013, *on-line*).

Na sociedade contemporânea, com a inserção das TDICs, as bibliotecas passaram a ter seus serviços automatizados, a exemplo do catálogo *on-line*, do serviço de referência digital/virtual e da digitalização de obras. Tudo isso visando à satisfação do seu usuário por meio da oferta de serviços e produtos de informação de maneira acessível e inovadora, uma vez

que os objetos nos quais a informação é registrada têm se modificado com o passar dos anos, e a biblioteca precisa acompanhar essa evolução provocada com o advento da tecnologia digital.

A biblioteca já existia antes de haver o livro como o conhecemos, um produto comercial. Ao longo do tempo, as bibliotecas foram reconhecidas mais pela sua forma do que pelos livros guardados nelas. Portanto, são um conceito aberto, com espaço para mudança. Elas terão um papel importante no futuro, mas o que fazemos dentro delas e os objetos com os quais interagimos vão mudar (Battles, 2013, *on-line*).

As BUs devem acompanhar as modificações que acontecem no ambiente acadêmico, para desta forma, sanar satisfatoriamente as demandas de informação e comunicação de seus usuários, que fazem parte de uma sociedade totalmente dependente das TDICs e, com isso, esperam uma maior interação com a biblioteca por meios dessas ferramentas de comunicação. A BU, nesse contexto, passa a considerar o usuário como elemento chave no momento de planejar e gerenciar suas práticas diárias, uma vez que ele constitui a razão de sua existência.

Os serviços de biblioteca são parte de um “ecossistema” mais amplo onde sim, os membros (usuários) estão consumindo informação, mas também estão produzindo, trabalhando, sonhando e brincando. Este é o foco de uma biblioteca excelente. Eles entendem que o material que uma biblioteca abriga e adquire não é sua verdadeira coleção – a comunidade o é (Lankes, 2012, *on-line*).

Nesta perspectiva, torna-se essencial que as BUs estejam em constante adaptação aos modernos perfis dos usuários e à volubilidade das fontes pelas quais a informação é disseminada e consumida.

Na atualidade, as mídias sociais e seus canais de comunicação são ferramentas de considerável eficiência para dar visibilidade aos produtos e serviços de informação disponibilizados pelas bibliotecas, tendo em vista que existe um percentual muito elevado de usuários (e que só aumenta) conectados na rede por meio dos dispositivos móveis de comunicação. Como assevera King (2015), ao mencionar algumas estatísticas sobre o uso da web e das mídias sociais entre adultos americanos nos Estados Unidos: 87% usam a web, 68% se conectam à internet com dispositivos móveis, 90% possuem um telefone celular e 58% possuem um smartphone. Já no Brasil, uma pesquisa do IBGE (2022) destacou que 98,9% da população brasileira utiliza o smartphone para acessar a internet, em seguida o dispositivo mais utilizado foi a televisão com 47,5%, logo após vem o microcomputador com 35,5%, e por último o tablet com 7,6% desse acesso.

Com isso, acredita-se que as atividades de comunicação por meio das mídias sociais constituem uma estratégia que rompe com o modelo tradicional contribui favoravelmente para a imagem da biblioteca, evidenciando que ela acompanha as inovações no contexto da comunicação com seus usuários e reconhece a importância em estar presente de maneira ativa

na sociedade, com o objetivo de construir e/ou a solidificar a relação que mantém com seus usuários.

O relacionamento ajustado entre a biblioteca e seus usuários, por meio das mídias sociais, mostra-se uma excelente estratégia para a interação em rede, indo além das paredes físicas. A comunicação bidirecional possibilita que o usuário tenha tanto o espaço para a resposta, quanto abre oportunidade para a interação. Desse modo, o uso dessas ferramentas de comunicação se revela bastante eficaz no que diz respeito a uma relação dinâmica, satisfatória e moderna, assegurando, com isso, uma biblioteca em plena conformidade com a sociedade em rede, na qual se fortalece cada dia mais uma cultura voltada para o virtual/digital.

4 METODOLOGIA

Este estudo é de natureza exploratória que, segundo Severino (2017, p. 131), “busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestações desse objeto”. Nesse sentido, buscou-se refletir acerca da comunicação digital e as bibliotecas universitárias na sociedade contemporânea, com vistas a mapear as mídias sociais utilizadas pelas bibliotecas das instituições participantes do estudo, identificando características em suas escolhas de plataformas de mídias sociais para efetivação do seu processo comunicativo com o público-alvo.

A pesquisa possui uma abordagem quali-quantitativa. Quantitativa por coletar informações com vistas a quantificar numericamente as mídias sociais utilizadas pelas bibliotecas universitárias. Qualitativa, uma vez que esse tipo de metodologia é utilizada para realizar averiguações acerca das peculiaridades ou associações que possam existir no cenário pesquisado, ou seja, estudos que visam identificar características, perfis, bem como estruturas. Nesse sentido, a pesquisa qualitativa concentra-se em dados ou fatos coletados da própria realidade. Segundo Creswell, Lopes e Silva (2010, p. 271), “é um processo de pesquisa que envolve questões e procedimentos emergentes; coletar dados no ambiente dos participantes, analisar os dados indutivamente, indo dos temas particulares para os gerais; e fazer interpretações do significado dos dados”.

A pesquisa possui um viés cognitivista por atribuir significado à realidade percebida, com isso, adotou-se o método **descritivo-compreensivo-interpretativo** no intuito de construir sentidos acerca dos dados coletados. “Ao realizar a **descrição**, o pesquisador [...] dirige-se ao objeto, visando os significados e as essências e explicita o que por ele foi percebido” (Santos,

2018, p. 53). “A descrição realiza-se tendo como referência o sujeito que percebe, que diz do percebido tal qual a coisa se mostra. Ao descrever o percebido, o pesquisador limita-se à experiência expressa como fora vivenciada, não procedendo de imediato, a julgamentos e avaliações” (Santos, 2018, p. 53).

A fase da descrição deu-se no momento da pesquisa em que foram descritos no Quadro 1, os dados coletados a partir do mapeamento das mídias sociais utilizadas pelas bibliotecas universitárias, uma vez que, a dimensão descritiva indica a representação em detalhes do fenômeno estudado, descrevendo suas estruturas. O processo descritivo guia o pesquisador impreterivelmente a dois momentos reflexivos, o da compreensão e o da interpretação, ambos retoricamente vinculados à descrição.

Na dimensão **compreensiva**, o pesquisador, de acordo com Santos (2018), é livre para realizar reflexões e ponderações acerca do fenômeno. Para Weber (1999, p. 3) “(...) significa uma ação que, quanto a seu sentido visado pelo agente ou os agentes, se refere ao comportamento de outros, orientando-se por este em seu curso”. Pode-se apreender a partir da fala de Weber que a ideia essencial da dimensão compreensiva está ancorada em possibilitar a explicação de que as ações sociais, sejam de indivíduos ou instituições, estão intrinsecamente relacionadas às ações humanas, ou seja, as ações de um agente ou um grupo de agentes, seja de maneira individual ou em coletividade, como é o caso das instituições, estão fortemente orientadas para o comportamento de outro indivíduo ou coletividade. A aplicação dessa fase visou compreender as escolhas das plataformas de comunicação digital, por parte das bibliotecas universitárias, para serem utilizadas como canais de relacionamento com o seu público-alvo, sendo a biblioteca o agente que possui suas ações orientadas para o comportamento e práticas digitais de comunicação dos seus usuários.

A dimensão **interpretativa** permite ao pesquisador deslocar-se da noção de ponderações para a busca de compreender a realidade e interpretá-la por meio dos dados coletados. Para Benner (1994), o objetivo de estudar pessoas, eventos e práticas, é compreender o mundo, o eu e o outro. Na dimensão interpretativa, o pesquisador se move para frente e para trás entre situações e entre os mundos práticos dos participantes da pesquisa, no caso deste estudo, as bibliotecas universitárias e as mídias sociais utilizadas por elas em seu processo comunicativo com o usuário, buscando interpretar o cenário percebido por meio dos dados coletados e da realidade apreendida.

4.1 UNIVERSO E AMOSTRA

O universo da pesquisa foi representado pelas bibliotecas universitárias das instituições de ensino superior que se destacaram no cenário da web no quesito desempenho e visibilidade, segundo o Ranking Web ou Webometrics em sua edição de janeiro de 2024, sendo este o maior ranking acadêmico de instituições de ensino superior. Desde 2004, a cada seis meses uma atividade científica independente, objetiva, livre e aberta é realizada pelo Laboratório de Cybermetrics para fornecer informações confiáveis, multidimensionais, atualizadas e úteis sobre o desempenho de universidades de todo o mundo, tomando por base indicadores para monitorar sua presença e seu impacto na web.

O objetivo principal do ranking é promover a presença acadêmica na web, apoiando as iniciativas que visam aumentar significativamente a comunicação do conhecimento científico e cultural gerado pelas universidades para toda a sociedade. Nesse sentido, foram selecionadas as dez primeiras instituições de ensino superior que obtiveram destaque na América Latina, visando conhecer as mídias sociais que as bibliotecas centrais dessas instituições estão utilizando para o processo de comunicação em rede na sociedade contemporânea, sendo este universo compreendido por:

- **América Latina:** Universidade de São Paulo (USP), Universidad Nacional Autónoma de México, Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidad de Chile, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Universidad de Buenos Aires, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Pontificia Universidad Católica de Chile e Tecnológico de Monterrey.

Com o intuito identificar as mídias sociais utilizadas pelas bibliotecas universitárias das instituições que obtiveram destaque na web, de acordo com o Webometrics em sua edição de janeiro de 2024, foi pesquisado nos sites das bibliotecas centrais de cada instituição a existência de links que indicassem a utilização de mídias sociais por parte das bibliotecas universitárias.

Em nove sites das dez bibliotecas estudadas foram encontrados os ícones com links ativos que direcionavam os usuários para as plataformas de mídias sociais. Apenas uma biblioteca, a pertencente ao Instituto Tecnológico de Monterrey, não possuía indícios de participação em plataformas de mídias sociais, com isso, foi contactada a bibliotecária da instituição para averiguação da informação, a qual informou que a biblioteca realmente não possui perfil ativo em mídias sociais.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com os dados coletados, elaborou-se o Quadro 1 no qual é possível visualizar as mídias sociais nas quais as bibliotecas universitárias das instituições participantes da pesquisa possuem perfil ativo.

Quadro 1 - Mapeamento das mídias sociais utilizadas pelas bibliotecas universitárias das instituições participantes da pesquisa

País	Posição no ranking Webometrics 2024	Instituições das Bibliotecas Universitárias	Mídias Sociais
Brasil	1º	Universidade de São Paulo (USP)	Facebook / X / Instagram / YouTube
México	2º	Universidad Nacional Autónoma de México	Facebook
Brasil	3º	Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)	Facebook / Instagram / YouTube
Brasil	4º	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	Facebook / Instagram / Blog (WordPress)
Chile	5º	Universidad de Chile	Facebook / X / YouTube
Brasil	6º	Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho	Facebook / YouTube
Argentina	7º	Universidad de Buenos Aires	Facebook / X / YouTube
Brasil	8º	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	YouTube / Facebook / X
Chile	9º	Pontificia Universidad Católica de Chile	Facebook / X / YouTube / Instagram
México	10º	Tecnológico de Monterrey	Não possui perfil ativo em mídias sociais

Fonte: elaborado pelos autores, 2024.

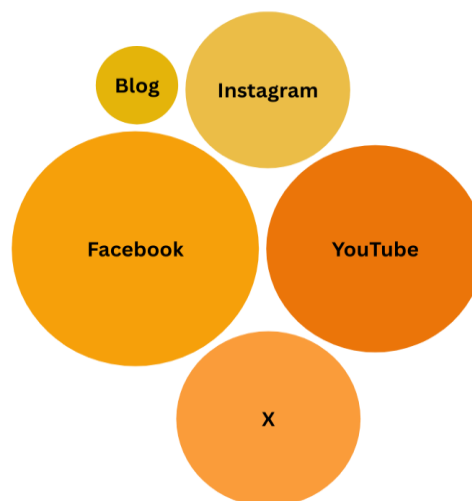
O Quadro 1 exibe em sua primeira coluna os países aos quais as instituições/bibliotecas universitárias pertencem. A segunda coluna mostra a posição ocupada no ranking Webometrics

pelas instituições que obtiveram destaque na web em sua edição de janeiro de 2024, sendo: cinco instituições/bibliotecas do Brasil, duas instituições/bibliotecas do México, duas instituições/bibliotecas do Chile e uma instituição/biblioteca da Argentina. A terceira coluna apresenta as instituições mantenedoras das bibliotecas universitárias que fazem parte do escopo do estudo. A quarta coluna exhibe as mídias sociais nas quais as bibliotecas universitárias das respectivas instituições possuem perfil ativo.

Dentre as ferramentas de comunicação digital utilizadas pelas bibliotecas universitárias pesquisadas, para a efetivação do processo comunicativo com seu público-alvo, percebe-se que há plataforma de comunicação considerada praticamente unânime em sua utilização, como é o caso da ferramenta digital *Facebook*, utilizada por nove das dez bibliotecas que fizeram parte do escopo da pesquisa, representando 90% da preferência no que se refere ao quesito utilização. A plataforma de comunicação *YouTube*, aparece sendo utilizada por sete das dez bibliotecas pesquisadas, representando 70% da preferência no quesito utilização. A plataforma X segue a estatística sendo utilizada por cinco das dez bibliotecas estudadas, representando 50% da preferência no quesito utilização. O *Instagram* aparece sendo utilizado por quatro das dez bibliotecas pesquisadas, representando 40% da preferência no quesito utilização. A ferramenta de comunicação Blog (WordPress) aparece sendo utilizada por uma das dez bibliotecas pesquisadas, representando 10% da preferência no que se refere ao quesito utilização.

Para uma melhor visualização em termos numéricos, foi elaborado o Gráfico 1 que permite vislumbrar a adoção das ferramentas de comunicação por parte das bibliotecas universitárias pesquisadas.

Gráfico 1 – Mídias sociais utilizadas pelas bibliotecas universitárias das instituições participantes da pesquisa

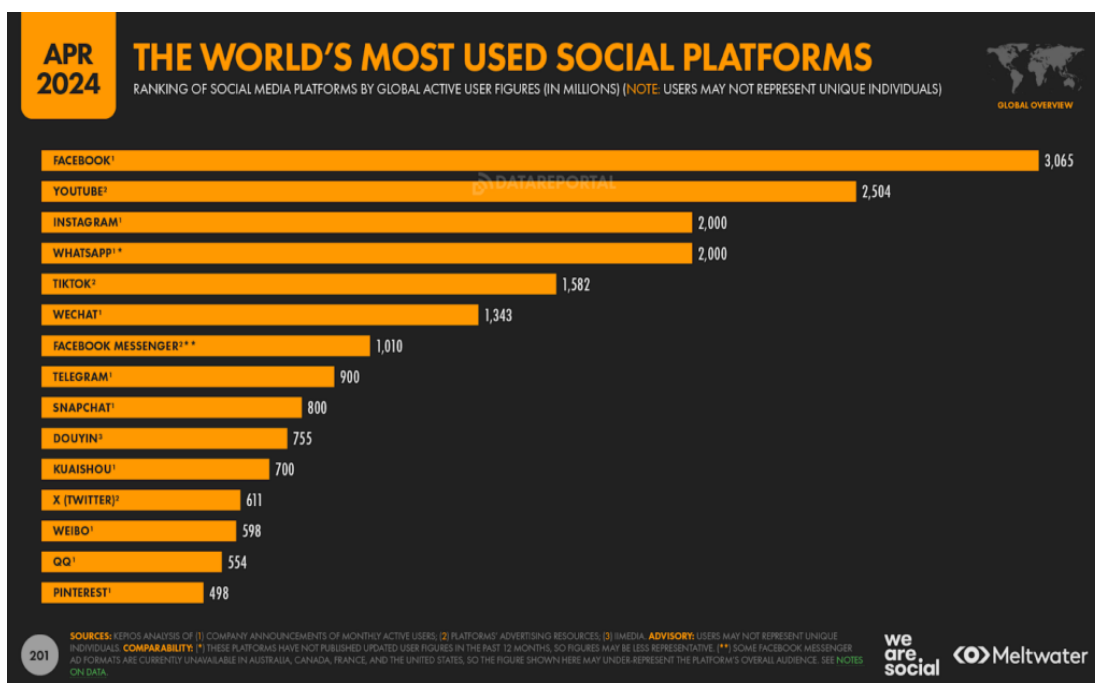


Fonte: elaborado pelos autores, 2024.

De maneira geral, o uso de plataformas de comunicação digital segue em escala crescente no que se refere a utilização pela população mundial. As pessoas têm priorizado o uso de ferramentas digitais de comunicação para estabelecer conexões com os demais membros da sociedade, como também acompanhar noticiários e obter informações acerca de conteúdos que acreditam ser relevantes para sua vida pessoal e profissional.

O site We Are Social⁴, publicou em abril de 2024 um gráfico chamado *plataformas sociais mais usadas no mundo*, da série Global Digital Reports, mostrando o ranking mundial de utilização das plataformas de mídias sociais, no qual o *Facebook* também se destaca. Esse gráfico foi baseado nos números que a empresa Meta publica em seu relatório.

Figura 1 - Gráfico publicado pela We Are Social acerca das plataformas sociais mais usadas no mundo em 2024



Fonte: We Are Social (2024, *on-line*).

Nesta perspectiva, pode-se visualizar um alinhamento entre a escolha da plataforma de comunicação (*Facebook*) por parte das bibliotecas universitárias e a preferência da referida plataforma no cenário global da comunicação. É possível que as bibliotecas universitárias além de considerar a adesão do seu público-alvo ao *Facebook*, também tenham considerado os recursos comunicacionais que a plataforma de comunicação digital possui.

A presença da biblioteca em plataformas digitais que concentram o maior percentual de seus usuários é essencial para garantir o acesso e uso de seus produtos e serviços no mundo

⁴ Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/>

globalizado. O diferencial está em não esperar que os usuários venham até o prédio físico, e sim inserir-se nos espaços onde os usuários já navegam, realizam pesquisas informacionais e interagem.

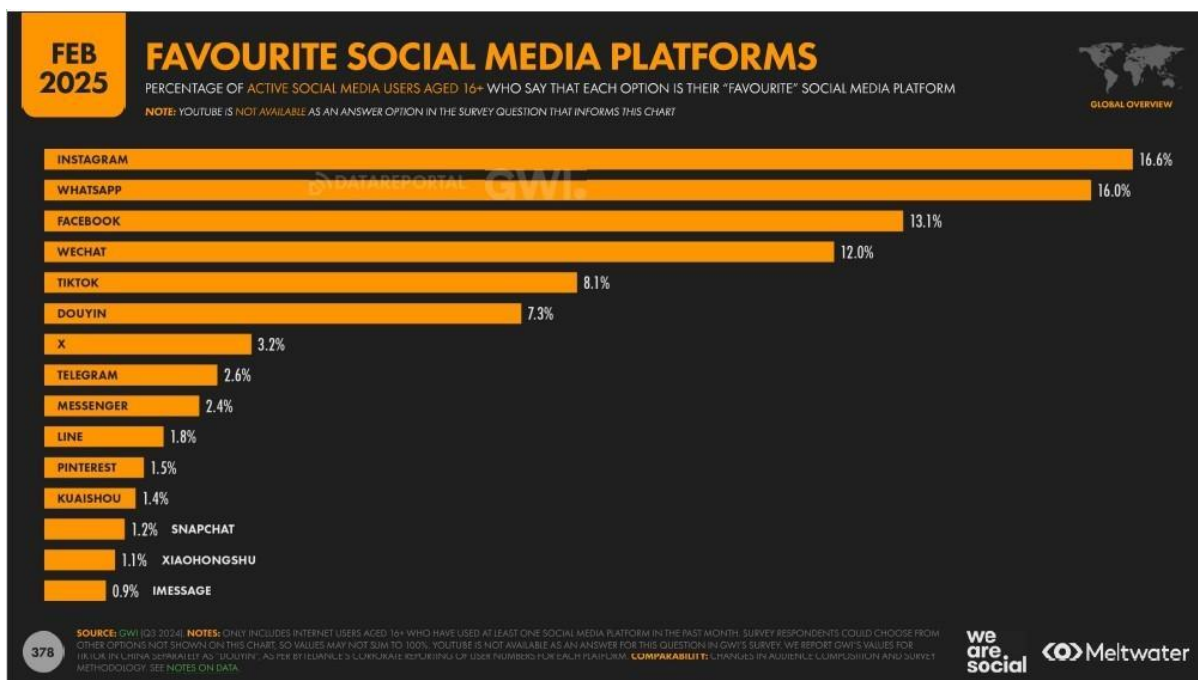
Contudo, para que a biblioteca continue fluindo positivamente no aspecto comunicacional com o público-alvo, é crucial que estudos comportamentais acerca dos usuários sejam realizados periodicamente, objetivando conhecer as necessidades, preferências e desejos informacionais que esses eles possuem, sobretudo, certificar-se da permanência dos usuários nas plataformas digitais de comunicação já utilizadas por parte da biblioteca ou se esses migraram para outras plataformas digitais, tendo em vista a rápida obsolescência e atualizações do cenário digital contemporâneo.

Desta forma, os estudos voltados para o comportamento do usuário implicam na construção de melhorias concernentes à relação da biblioteca universitária com seu público, compondo elementos que corroborem para o planejamento de suas ações, tornando eficaz sua relação com a instituição mantenedora, uma vez que dimensionam suas atividades para o atendimento de sua missão organizacional (Holanda; Barbalho; Nascimento, 2024, p. 128 - 129).

Ainda corroborando com a relevância da realização dos estudos periódicos mencionados, o site We Are Social⁵, publicou em fevereiro de 2025 um gráfico chamado *plataformas de mídias sociais favoritas*, em seu Relatório Global de Visão Geral do Digital 2025, apresentando o ranking mundial das plataformas de mídias sociais preferidas no cenário global, no qual o *Instagram* se destaca, enquanto o *Facebook* que era destaque no gráfico de 2024 (Figura 1) dessa vez ocupou a terceira posição.

⁵ Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025/>

Figura 2 - Gráfico publicado pela We Are Social acerca das plataformas sociais favoritas no cenário mundial em 2025



Fonte: We Are Social (2025, *on-line*).

As mudanças no cenário global da comunicação por meio das plataformas de mídias sociais em um período de um ano, entre 2024 e 2025, refletem e reforçam a necessidade dos estudos periódicos supracitados acerca das preferências dos usuários, uma vez que esse alinhamento comunicacional favorece a integração entre biblioteca e usuário, como também o acesso aos recursos de informação que a biblioteca oferta. A imersão no cenário digital da comunicação globalizada transforma a biblioteca em um centro informacional dinâmico e acessível, uma vez que propicia aos usuários que participem de eventos *on-line* com transmissão ao vivo, possibilita que pesquisem e encontrem a informação necessária para construção do conhecimento na área pessoal e profissional, potencializando, dessa maneira, a relevância e o impacto da biblioteca no cenário informacional contemporâneo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo identificar as mídias sociais nas quais as bibliotecas universitárias das instituições que obtiveram destaque na web, de acordo com o ranking Webometrics, em sua edição de janeiro de 2024, estão utilizando para se comunicar e promover seus produtos e serviços de informação, tendo em vista a relevância que as ferramentas digitais de comunicação possuem no que se refere ao processo comunicativo da biblioteca universitária

com seu público-alvo, uma vez que essas ferramentas se configuram canais pelos quais são disseminadas informações fidedignas que se constituem elementos colaborativos para construção de uma sociedade mais consciente e participativa.

Conhecer as mídias sociais pelas quais vêm ocorrendo o processo comunicativo das bibliotecas universitárias permite vislumbrar os caminhos digitais pelos quais as bibliotecas têm reconfigurado suas práticas comunicativas e buscado de maneira paulatina ocupar o seu espaço enquanto comunicadora/disseminadora informacional, aportada nos recursos digitais de informação e comunicação para se fazer presente no cotidiano de seus usuários.

Nesse cenário, surgiu a necessidade acerca do conhecimento de quais ferramentas de comunicação as bibliotecas universitárias têm utilizado para migrar do cenário tradicional de guardião informacional para o cenário da construção colaborativa de novas ideias, por meio de uma comunicação bidirecional propiciada pelas TDICs.

Nesta perspectiva, essa pesquisa está ancorada em dois eixos. O primeiro se debruçou na construção do arcabouço teórico sobre a comunicação digital e o processo comunicativo das bibliotecas universitárias na sociedade contemporânea, enquanto o segundo se ocupou em mapear as mídias sociais utilizadas pelas bibliotecas universitárias das instituições participantes da pesquisa.

No primeiro eixo do estudo foram abordados dois temas: a comunicação digital na sociedade contemporânea e as bibliotecas universitárias na sociedade contemporânea. O primeiro tema evidenciou que à medida que as tecnologias avançam e transformam os espaços comunicacionais, refletem diretamente na vida da sociedade, tendo em vista que a comunicação digital amplia as fronteiras, abrindo possibilidades de encaminhamento para espaços inovadores com relações dinâmicas totalmente virtuais. Com isso, novas demandas são geradas na vida das pessoas, moldando, dessa forma, o seu cotidiano.

O segundo tema demonstrou que um relacionamento afinado entre a biblioteca e seu público-alvo por meio das TDICs se revela uma estratégia eficiente para a comunicação bidirecional, na qual a biblioteca e o usuário estão constantemente alternando os papéis de emissor e receptor, permitindo que o diálogo aconteça. Nesse sentido, a utilização das ferramentas digitais de informação e comunicação se mostra bastante eficaz, agregando dinamismo e modernidade ao processo comunicativo da biblioteca.

O segundo eixo da pesquisa, que se dedicou em mapear as mídias sociais utilizadas pelas bibliotecas universitárias participantes do estudo, revelou em seus resultados de 2024, um alinhamento entre a escolha da plataforma de comunicação pelas bibliotecas universitárias e o destaque da mesma plataforma digital no cenário global no referido ano. Esse alinhamento é

essencial para o sucesso da comunicação em rede estabelecido pela biblioteca, pois pode indicar que um maior percentual do público-alvo tenha perfil ativo na plataforma em destaque mundial.

O trabalho aponta a necessidade de as bibliotecas realizarem estudos periódicos com vistas a averiguar se um percentual relevante de seus usuários ainda permanece nas plataformas de mídias sociais nas quais ela realiza o processo comunicativo digital, ou se esses migraram para plataformas mais modernas ou com maior engajamento, em virtude das rápidas atualizações que ocorrem no cenário da comunicação digital na sociedade contemporânea. Isso é perceptível no gráfico mostrado na Figura 2, o qual traz como destaque em 2025 o *Instagram*. Nota-se que no intervalo de um ano o *Facebook*, que era a preferência mundial em 2024, em 2025 aparece na terceira posição, enquanto o *Instagram* que aparecia na terceira posição em 2024, aparece em destaque no ano seguinte.

Concluindo, cabe ressaltar que o essencial para o sucesso do processo de comunicação por meio das plataformas sociais entre a biblioteca e o usuário é comunicar constantemente de maneira que gere envolvimento com o público-alvo, através das plataformas de mídias sociais nas quais os usuários fazem parte e buscam informações para atender suas necessidades, preferências e desejos. Dessa forma, as bibliotecas passam a cumprir com excelência o seu papel de detentora e disseminadora da informação, oferecendo o suporte informacional estratégico e fidedigno aos seus usuários.

REFERÊNCIAS

BATTLES, M. O lugar que guardava livros. Entrevistador: Maurício Meireles. Entrevista concedida ao **O Globo**. 13 ago. 2013. Disponível em: https://abdf.org.br/arquivo/index.php?option=com_k2&view=item&id=939:o-lugar-que-guardava-livros&Itemid=595. Acesso em: 25 maio. 2025.

BENNER, P. (ed.). **Interpretive phenomenology: Embodiment, caring, and ethics in health and illness**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1994.

BONILLA, M. H. **Escola aprendente: para além da sociedade da informação**. Rio de Janeiro: Quartet, 2005. 131 p.

CAPURRO, R. A dor e a delícia da Era digital. [Entrevista Concedida à] João Antonio de Moraes. **Revista Filosofia Ciência & Vida**. 26 mar. 2014. Disponível em: <https://www.capurro.de/moraes2014.pdf>. Acesso em: 24 maio. 2025.

CRESWELL, J. W.; LOPES, M. F.; SILVA, D. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman Artmed, 2010.

CUNHA, M. B. A biblioteca universitária na encruzilhada. **DataGramZero**, v.11, n. 6. dez. 2010. Disponível em: <https://cip.brapci.inf.br/download/7266>. Acesso em: 25 maio. 2025.

DIAS, C. A. **Hipertexto: evolução histórica e efeitos sociais**. Ciência da Informação. Brasília, DF, v. 28, n. 3, p. 267-275, set./dez. 1999.

FELÍCIO, J. C. S. M. **Serviço de Referência Educativo (SRE) em bibliotecas universitárias: análise das práticas voltadas ao desenvolvimento da competência em informação de usuários**. 2014. 222 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, UFSC, Florianópolis, 2014.

HOLANDA, R. J. A.; BARBALHO, C. R. S.; NASCIMENTO, M. R. Mapeamento de jornada em bibliotecas universitárias: uma abordagem metodológica a partir do Design Thinking. **Investigación bibliotecológica**, v. 38, n. 101, out./dez. 2024, México, p.125-144.

IBGE–INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD Contínua. **161,6 milhões de pessoas com 10 anos ou mais de idade utilizaram a Internet no país, em 2022**. 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38307-161-6-milhoes-de-pessoas-com-10-anos-ou-mais-de-idade-utilizaram-a-internet-no-pais-em-2022>. Acesso em: 20 jun. 2025.

INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS. **IFLA Trend Report 2021 Update: 20 political, economic, social, cultural and technological trends to shape the future of our field and the communities we serve, as identified by emerging library leaders**. [s. l.]: IFLA, 2022. 30 p. Disponível em: <https://repository.ifla.org/handle/123456789/1830>. Acesso em: 21 maio 2025.

KING, D. L. Managing Your Library’s Social Media Channels. **Library Technology Reports**, Chicago, v. 51, n. 1, 2015.

LANKES, D. R. **Beyond the bullet points**: bad libraries build collections, good libraries build services, great libraries build communities. 11 mar. 2012. Disponível em: <https://www.librarianshipstudies.com/2019/03/bad-libraries-build-collections-good.html>. Acesso em: 26 maio. 2025.

LÉVY, P. **O que é virtual**. São Paulo: Ed. 34, 2011.

MACNAMARA, J. Public communication practices in the Web 2.0-3.0 mediascape: the case for PRevolution. **PRism**, v. 7. n. 3, 2010.

PINHEIRO, A.C.; PEREIRA, F. C. M. A divulgação de produtos e serviços acessíveis para as pessoas com deficiência nas bibliotecas universitárias federais da região Norte do Brasil. **Ibersid**. v. 18, n. 2, jul. 2024. p. 31-38.

SANTOS, F. E. P.; SALES, E. L. L.; OLIVEIRA, L. A. S.; PAIVA, R. A. O.; ARAÚJO, B. P. Cocriação em biblioteca universitária: uma proposta de implantação do serviço de comunidades através do WhatsApp. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 11, e15914, 2024. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/15914>. Acesso em: 20 jul. 2024.

SANTOS, R. N. **Ser-sendo-cego-no-mundo-com**: descrição fenomenológica compreensiva-interpretativa sobre percepções e vivências cognitivas do ler, escrever, pesquisar e produzir conhecimento de intelectuais que não dispõem do sentido da visão. Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Educação, Salvador, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/29230>. Acesso em: 1 jun. 2022.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2017.

SILVA, T. B.; SOUSA, A. C. M. Perfil de mídia social de biblioteca como dispositivo de mediação cultural, de memória e de representatividade. **Biblionline**, João Pessoa, v. 19, n. 1, p. 130-145, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/biblio/article/view/66145>. Acesso em: 20 jul. 2025.

WE ARE SOCIAL. **Digital 2024 april global statshot report**. 24 abr. 2024. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/04/digital-2024-april-global-statshot-report/>. Acesso em: 06 jun. 2024.

WE ARE SOCIAL. **Digital 2025 Global Overview Report**. Fev. 2025. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025/> Acesso em: 30 maio. 2025.

WEBER, M. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. v. 2. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.

ZANON, J.; BEDIN, J.; SENA, P. M.B. Ações das bibliotecas universitárias de Santa Catarina para o combate à desinformação. **Brazilian Journal of Information Science: research trends**, v. 17, publicação contínua, p. e023011, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2023.v17.e023011>. Acesso em: 22 jul. 2025.