



Universidade de Brasília - UnB

Faculdade de Ciência da Informação - FCI

Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - PPGCINF

DAVID VERNON VIEIRA

**A ADOÇÃO DE REDES SOCIAIS EM
BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS ESPANHOLAS:
UM ESTUDO DAS APLICAÇÕES DOS RECURSOS DA WEB 2.0**

Tese submetida à banca examinadora no curso de Pós-graduação em Ciência da Informação da Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília-DF, linha de pesquisa: Organização da Informação, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Ciência da Informação.

Orientador: Professor Dr. Murilo Bastos da Cunha

Brasília, DF

2013



Universidade de Brasília - UnB

Faculdade de Ciência da Informação - FCI

Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - PPGCINF

DAVID VERNON VIEIRA

**A ADOÇÃO DE REDES SOCIAIS EM
BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS ESPANHOLAS:
UM ESTUDO DAS APLICAÇÕES DOS RECURSOS DA WEB 2.0**

Tese submetida à banca examinadora no curso de Pós-graduação em Ciência da Informação da Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília-DF, linha de pesquisa: Organização da Informação, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Ciência da Informação.

Orientador: Professor Dr. Murilo Bastos da Cunha

Brasília, DF

2013

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da Universidade de
Brasília. Acervo 1013433.

V658a Vieira, David Vernon.
A adoção de redes sociais em bibliotecas universitárias
espanholas : um estudo das aplicações dos recursos da Web 2.0
/ David Vernon Vieira. -- 2013.
xix, 389 f. : il. ; 30 cm.

Tese (doutorado) - Universidade de Brasília, Faculdade de
Ciência da Informação, Programa de Pós-Graduação em Ciência da
Informação, 2013.

Inclui bibliografia.

Orientação: Murilo Bastos da Cunha.

1. Redes sociais on-line. 2. Bibliotecas universitárias
- Espanha. 3. Serviços de informação online. I. Cunha, Murilo
Bastos da. II. Título.

CDU 002.6:004

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: "A adoção de Redes Sociais em Bibliotecas Universitárias Espanholas: Um estudo das aplicações dos recursos da WEB 2.0".

Autor (a): David Vernon Vieira

Área de concentração: Transferência da Informação

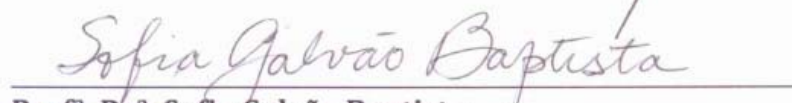
Linha de pesquisa: Arquitetura da Informação

Tese submetida à Comissão Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Faculdade em Ciência da Informação da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de **Doutor** em Ciência da Informação.


Tese aprovada em: 16 de dezembro de 2013.



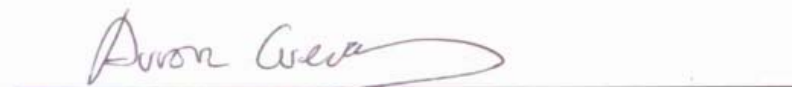
Prof. Dr. Murilo Bastos da Cunha
Presidente (UnB/PPGCINF)



Prof.ª. Dr.ª. Sofia Galvão Baptista
Membro Interno (UnB/PPGCINF)



Prof.ª. Dr.ª. Sueli Angélica do Amaral
Membro Interno (UnB/PPGCINF)



Prof.ª. Dr.ª. Aurora Cuevas Cerveró
Membro Externo (UCM-Espanha)



Prof. Dr. Rafael Timóteo de Sousa Júnior
Membro Externo (UnB/Engenharia de Redes)

Prof.ª. Dr.ª. Elmira Luzia Melo Soares Simeão
Suplente (UnB/PPGCINF)

Para simbolizar

Margarida e José (in memoriam), a família e a saudade, o passado.

Teresinha, a dedicação e o conforto, o presente.

Ana e Sarah, a alegria e o amor, o futuro.

AGRADECIMENTOS

À Deus, que meu deus forças para superar os momentos de adversidade vividos durante esta caminhada e os momentos de alegria que a paternidade me fez adquirir.

À minha família meu alicerce e aos demais familiares conquistados durante esta jornada por tornarem possível a consecução dela.

À minha mãe Teresinha, bibliotecária, professora, meu principal motivo de ter seguido a carreira docente e realizado este doutorado, agradeço pelos momentos de conforto, dedicação e alegria.

À Ana Cristina, pelo amor e carinho dispensado, que foi tão sacrificada e exigida nos momentos de ausência, audição de intermináveis reclamações, típicas dos momentos de ansiedade, e por proporcionar a felicidade de ser pai da Sarah.

Ao meu orientador Prof. Dr. Murilo Bastos da Cunha pela sua rica colaboração e motivação para concluir esta pesquisa sem deixar que as complicações ao longo do caminho se tornassem algo que fossem intransponíveis.

À Profa. Dra. Sofia Galvão Baptista, pela sua atenção, seriedade, incentivo no estágio sanduíche e orientação no desenvolvimento deste trabalho.

À Profa. Dra. Aurora Cuevas Cerveró, pela sua receptividade, atenção e apoio na Facultad de Ciencias de la Documentación da Universidade Complutense de Madri.

Aos professores, colegas de turmas e funcionários da Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade de Brasília, agradeço pela troca de conhecimento, apoio oferecido nas atividades necessárias para o cumprimento desta longa jornada de quatro anos.

Aos colegas do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Ceará – Campus Cariri, agora constituída como Universidade Federal do Cariri, em especial Cleide Rodrigues e Ariluci Góes por incentivarem na operacionalização deste doutorado mesmo nos momentos mais delicados, na resolução de impasses e na busca de soluções. As colegas do curso de Biblioteconomia da UFC em Fortaleza, profas Rute Pontes e Virginia Bentes pelos comentários enriquecedores. Aos discentes do curso de Biblioteconomia do Cariri com quem tive a honra de compartilhar meus conhecimentos, meu sincero obrigado.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Capes, pelo auxílio concedido para que continuasse a minha investigação em terras espanholas.

A todos los bibliotecarios españoles invitados por su rica experiencia y participación en esta investigación y también por sus valiosas contribuciones ofrecidas en las entrevistas sin las cuales esta sería inviable.

À família da Tia Safira Batista e a Dona Francisca Alcântara que me abrigaram durante minhas temporadas em Brasília.

RESUMO

Esta investigação de orientação qualitativa procurou estudar o tema da adoção das redes sociais pelas bibliotecas universitárias espanholas. Supõe-se que as redes sociais são ferramentas que propiciam a difusão de informações e a promoção dos serviços, no sentido de melhorar a imagem da biblioteca universitária. Desta maneira, se pesquisou a adoção das redes sociais nessas, propondo um modelo de adoção para bibliotecas universitárias, que considera seis fases: a criação do perfil, a publicação de conteúdo, a interação do usuário a partir do conteúdo publicado, a criação de conteúdo pelo usuário, o estabelecimento de normas de uso e a avaliação das métricas de uso. A revisão de literatura abrangeu os critérios de adoção das redes sociais, o planejamento realizado pelos bibliotecários, as possibilidades de interação do bibliotecário, a avaliação dos indicadores de interação, o perfil do bibliotecário responsável pela atualização na biblioteca universitária e o contexto da biblioteca universitária na Espanha. A pesquisa compreendeu estudo de campo no âmbito acadêmico espanhol em que envolveu seis bibliotecas das Universidades Carlos III de Madri, Universitat de Barcelona, Universidad de Alcalá de Henares, Universidad de Alicante, Universidad de Valladolid e Universitat Politècnica de Valencia. Visou demonstrar, por meio da adoção das redes sociais pela biblioteca, os benefícios que a biblioteca teria a oferecer como espaço organizacional e informacional com o emprego destas ferramentas, bem como as expectativas, riscos e necessidades que cercavam os bibliotecários no planejamento e adoção destas pela biblioteca universitária. Mediante o modelo de Biblioteca Universitária 2.0, adaptado de “modelos gerais de abordagens das redes sociais nas organizações”, considera a percepção dos bibliotecários participantes do processo de adoção e atualização dos serviços nas bibliotecas universitárias. Para tanto, utilizou-se de questionário estruturado, entrevista individual, grupo focal e observações realizadas com bibliotecários responsáveis pelas ferramentas 2.0. Como resultados principais, a pesquisa identificou as relações entre as fases de adoção das redes sociais em bibliotecas, a criação de conteúdo pelo usuário e promoção dos serviços oferecidos por ela. Tendo como base as análises dos dados coletados, emprega modelos de abordagens das redes sociais para projetar um modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias que permita sua integração a diferentes realidades. Conclui que a adoção dessas ferramentas 2.0 em bibliotecas universitárias requer um planejamento que compreenda aspectos específicos relacionados com os perfis de cada uma das plataformas criadas para interagir com os usuários e, com isso permita realizar uma avaliação que justifique este tipo de projeto comprovando a viabilidade e importância do modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias para o estudo da interação dos usuários com os bibliotecários nestas plataformas.

Palavras-chave: Biblioteca 2.0. Bibliotecário 2.0. Biblioteca Digital. Biblioteca Universitária. Dispositivos Móveis. OPAC 2.0. Redes Sociais. Web 2.0. Espanha.

ABSTRACT

This qualitative research investigates the theme of social media adoption considered by academic Spanish libraries. It is assumed that social media are tools that allow the dissemination of information and promotion of services, to improve the image of the academic library. In this manner, examines the social media adoption in these libraries, proposing an adoption model for academic libraries, which considers six phases: profile creation, content publishing, user interaction from the content posted, user generated content, the establishment of usage patterns and evaluation of usage library metrics. The literature review investigated the criteria for social media adoption, planning conducted by the librarians, the possibilities of interaction made by librarians, the assessment of indicators of social media interaction, the profile of the librarian involved in managing of social media in the context of the academic library in Spain. Through empirical study in academic Spanish libraries like as Universidad Carlos III de Madrid, Universitat de Barcelona, Universidad de Alcalá de Henares, Universidad de Alicante, Universidad de Valladolid and Universitat Politècnica de Valencia, respectively, it aims to demonstrate, through the adoption of social media by the academic library, the benefits that the library would have to offer as organizational and informational space with the use of these social media, as well as expectations, risks and needs surrounding the librarians in planning and adoption of these the university library. Through the Academic Library 2.0 model, adapted from "social media models covers in organizations", considers the perception of librarians participating in the adoption process and upgrade services in university libraries. Therefore, we used semi-structured survey, interview, focus group and observational research accomplished with librarians in charge for social media. As main results, the research identified the relationships between stages of social media adoption in libraries, the user generated content and promotion of library services. Based on the analysis of data collected employs social media models approaches to design a social media adoption model in academic libraries allowing their integration to different realities within the university libraries. Concludes that the social media tools adoption in academic libraries requires planning that understands specific aspects related to the profiles of each of the platforms created to interact with users and thus allow an assessment that justifies this type of project proving the viability and importance of the social media adoption model in academic libraries for the study of the interaction of users with the librarians in these platforms.

Keywords: Academic Library. Digital Library. Library 2.0. Librarian 2.0. Mobile Technologies. OPAC 2.0. Social Media. Spain. Web 2.0.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|-----|
| Figura 1 – Evolução da web | 32 |
| Figura 2 – Padrões de <i>design</i> da Web 2.0..... | 36 |
| Figura 3 – Sete características de <i>softwares</i> sociais | 39 |
| Figura 4 – A cadeia de valor tradicional para a publicação de mídias/conteúdo | 43 |
| Figura 5 – A cadeia de valor baseada na Internet para a criação de conteúdo pelo usuário..... | 44 |
| Figura 6 – Pirâmide do engajamento | 46 |
| Figura 7 – Duração das gerações americanas | 52 |
| Figura 8 – Tipologia dos <i>blogs</i> | 58 |
| Figura 9 – Arquivo de <i>posts</i> do Wordpress e do Blogger..... | 62 |
| Figura 10 – Blog da biblioteca da ECA USP | 64 |
| Figura 11 – Página <i>Wiki</i> da biblioteca Florestan Fernandes USP | 68 |
| Figura 12 – Facebook da biblioteca central da Universidade de Brasília-DF | 72 |
| Figura 13 – Mapa mental das sete atividades dos usuários de redes sociais | 76 |
| Figura 14 – Classificação colaborativa na MLibrary 2.0 | 88 |
| Figura 15 – Catálogo social Encore da Universidad Complutense de Madrid..... | 95 |
| Figura 16 – Catálogo social LibraryThing..... | 96 |
| Figura 17 – Catálogo social da Hennepin County Library | 97 |
| Figura 18 – Campo de busca social no <i>microblog</i> Twitter | 106 |
| Figura 19 – Abordagens para o redesenho de processos baseados em TI nas bibliotecas | 109 |
| Figura 20 – Apresentação de trabalhos sobre redes sociais em bibliotecas brasileiras. | 122 |
| Figura 21 – Adoção de redes sociais nas bibliotecas universitárias de Nova Jersey..... | 128 |
| Figura 22 – Exemplos de indicadores para monitoramento de trabalhos científicos na Web 2.0..... | 139 |
| Figura 23 – Condutores da criação de conteúdo pelos usuários | 141 |
| Figura 24 – Exemplos de códigos QR | 152 |
| Figura 25 – Emblemas do Foursquare relacionados a bibliotecas..... | 154 |
| Figura 26 – Modelos de uso e implantação das redes sociais..... | 182 |
| Figura 27 – Jornada de participação nas redes sociais | 183 |
| Figura 28 – Modelo de maturidade das redes sociais | 185 |
| Figura 29 – Modelo de organização social | 187 |
| Figura 30 – Modelo 24/7 das redes sociais..... | 188 |
| Figura 31 – Modelo das formas de engajamento das redes sociais | 189 |
| Figura 32 – Modelo da pirâmide das redes sociais..... | 191 |
| Figura 33 – Modelo ACCESS | 193 |
| Figura 34 – Método POST da Forrester Research..... | 195 |

| | |
|---|-----|
| Figura 35 – Sistema OASIS de implantação das redes sociais..... | 196 |
| Figura 36 – O funil do engajamento por meio das redes sociais..... | 197 |
| Figura 37 – Modelo do perfil tecnográfico social da Forrester..... | 199 |
| Figura 38 – Modelo dos quatro estágios do retorno sobre o investimento..... | 200 |
| Figura 39 – Pirâmide do retorno sobre o investimento em redes sociais..... | 201 |
| Figura 40 – Modelo Weinberg de retorno sobre o investimento..... | 202 |
| Figura 41 – Modelo de Biblioteca Universitária 2.0 de Habib (2006)..... | 208 |
| Figura 42 – Componentes da Biblioteca Universitária 2.0..... | 209 |
| Figura 43 – Modelo de Biblioteca Universitária 2.0..... | 211 |
| Figura 44 – Ambiente temático de treinamento e comunicação da Biblioteca Universitária 2.0..... | 212 |
| Figura 45 – Modelo de adoção das redes sociais nas bibliotecas universitárias..... | 228 |
| Figura 46 – Objetivos geral e específicos e variáveis de estudo desta tese..... | 254 |
| Figura 47 – Quantidade de responsáveis pelas redes sociais nas BU pesquisadas..... | 257 |
| Figura 48 – Nível de adoção da automação dos serviços oferecidos pelas BU pesquisadas..... | 259 |
| Figura 49 – Nível de adoção das funcionalidades do catálogo OPAC nas BU pesquisadas..... | 264 |
| Figura 50 – Catálogo WorldCat da biblioteca da Universidade de Alicante..... | 265 |
| Figura 51 – Imagens da campanha de <i>marketing</i> do polibuscador da biblioteca da UPV..... | 271 |
| Figura 52 – <i>Blog</i> da biblioteca da Universidade de Alicante..... | 272 |
| Figura 53 – Perfil no Twitter da biblioteca da Universidade de Alicante..... | 273 |
| Figura 54 – Pinterest das bibliotecas da Universidade de Alicante..... | 274 |
| Figura 55 – Gráfico do tempo de dedicação às ferramentas utilizadas pelas BU pesquisadas..... | 279 |
| Figura 56 – Twitter biblioteca universitária Reina S f ia..... | 280 |
| Figura 57 – O uso das redes sociais nas bibliotecas pesquisadas..... | 287 |
| Figura 58 – Grau de interação dos elementos utilizados nas redes sociais..... | 289 |
| Figura 59 – Situações ou temas que fazem as redes sociais receberem comentários..... | 290 |
| Figura 60 – Perspectiva agrupada para situação ou temas que fazem as redes sociais receberem comentários..... | 290 |
| Figura 61 – Recompensa social por meio de conexões no Twitter..... | 292 |
| Figura 62 – Concurso de microrrelatos no <i>Blog</i> do CRAI da física e química..... | 293 |
| Figura 63 – Promoção do <i>blog</i> da biblioteca de Geologia..... | 297 |
| Figura 64 – Enriquecimento de conteúdo no registro do catálogo OPAC do CRAI UB..... | 298 |
| Figura 65 – Medidas de avaliação das redes sociais consideradas pelos respondentes..... | 300 |
| Figura 66 – Posto que o respondente ocupava..... | 309 |
| Figura 67 – Grau de formação dos respondentes..... | 309 |
| Figura 68 – Conhecimento de ferramentas 2.0 indicado pelos respondentes..... | 312 |

| | |
|--|-----|
| Figura 69 – Onde obteve conhecimento sobre as aplicações da Web 2.0 | 313 |
| Figura 70 – Opinião dos respondentes sobre o uso de redes sociais em bibliotecas | 314 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|-----|
| Quadro 1 – Relação entre problema, objetivos e os capítulos da tese | 28 |
| Quadro 2 – Características Web 1.0 e Web 2.0 | 37 |
| Quadro 3 – Vantagens e desvantagens da Web 2.0 para bibliotecários | 38 |
| Quadro 4 – Vantagens e desvantagens da Web 2.0 para usuários de biblioteca | 38 |
| Quadro 5 – Tipos de conteúdo criado pelo usuário de internet | 42 |
| Quadro 6 – <i>Blogs</i> categorias e características..... | 59 |
| Quadro 7 – Vantagens e desvantagens dos modelos de presença no Facebook | 73 |
| Quadro 8 – Desafios e benefícios da aplicação das redes sociais nas bibliotecas universitárias | 74 |
| Quadro 9 – Características e funcionalidades presentes em catálogos OPAC 2.0 | 100 |
| Quadro 10 – Comparação dos modelos de serviço de bibliotecas..... | 104 |
| Quadro 11– Classificação das ferramentas 2.0 por tipo de biblioteca..... | 107 |
| Quadro 12 – Classificação das ferramentas pelo setor da biblioteca..... | 107 |
| Quadro 13 – Classificação das ferramentas 2.0 pelo tipo de usuários de biblioteca | 108 |
| Quadro 14 – Níveis de uso das ferramentas da Web 2.0 em bibliotecas..... | 110 |
| Quadro 15 – Web 2.0 – Biblioteca 2.0 aplicação das ferramentas e um caso/exemplo | 117 |
| Quadro 16 – Parâmetros e indicadores propostos para acompanhamento das redes sociais..... | 143 |
| Quadro 17 – Contexto para elaboração de indicadores para as redes sociais em bibliotecas..... | 144 |
| Quadro 18 – Proposta para indicadores de acompanhamento da Biblioteca 2.0..... | 145 |
| Quadro 19 – Objetivos e indicadores das redes sociais em bibliotecas..... | 147 |
| Quadro 20 – Funcionalidades do aplicativo da Boopsie para dispositivos móveis em bibliotecas..... | 159 |
| Quadro 21 – Recursos e serviços oferecidos pelo CRAI para aprendizagem e investigação..... | 174 |
| Quadro 22 – Espaços e recursos e serviços oferecidos pelo CRAI para aprendizagem..... | 174 |
| Quadro 23 – Síntese dos modelos de adoção das redes sociais | 204 |
| Quadro 24 – Síntese dos modelos de abordagem estratégica das redes sociais | 204 |
| Quadro 25 – Síntese dos modelos de implantação das redes sociais..... | 205 |
| Quadro 26 – Síntese dos modelos de visão geral das redes sociais..... | 205 |
| Quadro 27 – Síntese dos modelos de retorno sobre o investimento nas redes sociais | 206 |
| Quadro 28 – Da Biblioteca Universitária 1.0 a Biblioteca Universitária 2.0 | 209 |
| Quadro 29 – Usuários 2.0 na Biblioteca Universitária 2.0 | 210 |
| Quadro 30 – Conjunto de habilidades tecnológicas | 217 |
| Quadro 31 – Perfil do bibliotecário encarregado da Web Social na Espanha..... | 219 |
| Quadro 32 – Postos de trabalho e funções do bibliotecário encarregado da Web Social..... | 220 |
| Quadro 33 – Competências profissionais e pessoais do bibliotecário encarregado da Web Social | 220 |

| | |
|--|-----|
| Quadro 34 – Lista de competências e habilidades do Bibliotecário 2.0..... | 223 |
| Quadro 35 – Tópicos e fontes de outros países sobre Biblioteca 2.0 | 225 |
| Quadro 36 – Relação de autores/modelo e aspectos observados na concepção do modelo de adoção | 232 |
| Quadro 37 – Caracterização da pesquisa | 234 |
| Quadro 38 – Bibliotecas que responderam ao questionário da pesquisa..... | 238 |
| Quadro 39 – Caracterização das bibliotecas universitárias pesquisadas | 239 |
| Quadro 40 – Caracterização das bibliotecas universitárias pesquisadas | 239 |
| Quadro 41 – Caracterização das bibliotecas universitárias pesquisadas | 239 |
| Quadro 42 – Critérios estabelecidos para se analisar as variáveis na adoção das redes sociais..... | 241 |
| Quadro 43 – Relacionamento entre as variáveis estudadas e os instrumentos de coleta..... | 242 |
| Quadro 44 – Procedimentos de coleta de dados. | 243 |
| Quadro 45 – Palavras-chave utilizadas na pesquisa bibliográfica..... | 246 |
| Quadro 46 – Relação entre os objetivos específicos da pesquisa e as questões dos instrumentos de coleta..... | 253 |
| Quadro 47 – Critérios de adoção das redes sociais observadas nas BU espanholas | 294 |
| Quadro 48 – Comentários sobre a validação do uso das redes sociais..... | 306 |
| Quadro 49 – Variáveis relativas à fase um: “criação do perfil” | 317 |
| Quadro 50 – Variáveis relativas à fase dois: “publicação de conteúdo” | 318 |
| Quadro 51 – Variáveis relativas à fase três: “interação com o usuário” | 320 |
| Quadro 52 – Variáveis relativas à fase quatro: “criação de conteúdo pelo usuário” | 321 |
| Quadro 53 – Variáveis relativas à fase cinco: “estabelecimento de normas de uso” | 322 |
| Quadro 54 – Variáveis relativas à fase seis: “avaliação de métricas de uso” | 323 |
| Quadro 55 – Modelo proposto resumido pelas necessidades de interação e a situação expressa | 324 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|-----|
| Tabela 1 – Síntese das gerações <i>Belle Époque</i> , <i>Baby Boomer</i> , X, Y e Z | 53 |
| Tabela 2 – Atividades realizadas pelos americanos proprietários adultos de dispositivos móveis | 55 |
| Tabela 3 – Quantidade de artigos por língua na Wikipédia..... | 65 |
| Tabela 4 – Uso de <i>podcasts</i> em bibliotecas | 83 |
| Tabela 5 – Sítios web de bibliotecas nacionais com padrão de Biblioteca 2.0..... | 114 |
| Tabela 6 – Adoção das ferramentas 2.0 de acordo com a região pesquisada | 119 |
| Tabela 7 – Adoção das ferramentas 2.0 de acordo com o tipo de biblioteca pesquisada..... | 120 |
| Tabela 8 – Onde os jovens americanos possuem perfis nas redes sociais..... | 130 |
| Tabela 9 – Lista de consórcios de bibliotecas universitárias espanholas | 165 |
| Tabela 10 – <i>Ranking</i> de ensino das universidades públicas espanholas..... | 166 |
| Tabela 11 – <i>Ranking</i> das universidades espanholas por número de fãs no Facebook..... | 170 |
| Tabela 12 – Caracterização da instituição universitária pesquisada..... | 240 |
| Tabela 13 – Perfil do Facebook das bibliotecas do CRAI da Universitat de Barcelona | 301 |
| Tabela 14 – Perfil de Twitter das bibliotecas do CRAI da Universitat de Barcelona | 302 |
| Tabela 15 – <i>Blogs</i> do CRAI da UB | 303 |
| Tabela 16 – Influência dos canais de comunicação 2.0 do CRAI de Geologia da UB | 304 |
| Tabela 17 – Cursos de formação em Documentação presentes na Espanha | 311 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

| | |
|----------|--|
| ANECA | Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación |
| BNPG | Biblioteca Nacional do País de Gales |
| BPV | Biblioteca Pública de Vancouver |
| BU | Biblioteca Universitária |
| BUCLE | Bibliotecas Universitárias da região de Castilla e León |
| CBBD | Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação e Ciência da Informação |
| CI2 | Competencias Informáticas e Informacionales |
| CRAI | Centro de Recursos para a Aprendizagem e a Investigação |
| CRUE | Conselho de Reitores de Universidades Espanholas |
| CRUE-TIC | CRUE - Comisión Sectorial de las Tecnologías de la información y las Comunicaciones |
| CSS | <i>Cascading Style Sheets</i> – Folhas de Estilo composta por Camadas. |
| DSI | Disseminação Seletiva da Informação |
| ECA USP | Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo |
| EEES | Espaço Europeu de Ensino Superior |
| ENANCIB | Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação |
| ESP | Espanha |
| EUA | Estados Unidos da América |
| FESABID | Federación Española de Sociedades de Archivística, Biblioteconomía, Documentación y Museística |
| GPS | <i>Global Positioning System</i> – Sistema de Posicionamento Global |
| HTML | <i>HyperText Markup Language</i> |
| HTTP | <i>HyperText Transfer Protocol</i> |
| IFLA | International Federation of Library Associations and Institutions |
| IM | <i>Instant Messaging</i> – Mensagem Instantânea |
| KPI | <i>Key Performance Indicator</i> |
| LASSIE | Libraries and Social Software in Education |
| LISA | Library and Information Science Abstracts |
| LISTA | Library, Information Science & Technology Abstracts |
| MIT | Massachusetts Institute of Technology |
| MSN | Microsoft Network – Serviço de Mensagens Instantânea da Microsoft |
| NYPL | New York Public Library |
| OASIS | Objective Audience Strategy Implementation Sustainment |
| OCLC | Online Computer Library Center |

| | |
|------|--|
| OECD | Organisation for Economic Co-operation and Development |
| OPAC | <i>Online Public Access Catalogs</i> – Catálogo em Linha de Acesso Público |
| PDA | <i>Personal Digital Assistant</i> – Assistente Digital Pessoal |
| RDF | <i>Resource Description Framework</i> |
| ROI | <i>Return on Investment</i> – Retorno sobre o Investimento |
| RSS | <i>Rich Site Summary</i> |
| SAAS | <i>Software as a Service</i> |
| SIGB | Sistema Integrado de Gestão Bibliotecária |
| SGAB | Sistemas de Gestão e Automação de Bibliotecas |
| SMS | <i>Short Message Service</i> – Serviço de Mensagens Curtas |
| SNBU | Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias |
| TIC | Tecnologia da Informação e Comunicação |
| UCM | Universidad Complutense de Madrid |
| URL | <i>Uniform Resource Locator</i> - Localizador Padrão de Recursos |
| XML | <i>eXtensible Markup Language</i> |

SUMÁRIO

| | | |
|-----------|--|------------|
| 1. | INTRODUÇÃO..... | 20 |
| 1.1 | Justificativa | 22 |
| 1.2 | Problema de pesquisa..... | 25 |
| 1.3 | Objetivos | 26 |
| 1.4 | Organização da tese | 27 |
| 2. | REVISÃO DE LITERATURA | 30 |
| 2.1 | A Web 2.0 e as redes sociais: conceitos e evolução | 30 |
| 2.2 | Criação de conteúdo pelo usuário e a inovação em bibliotecas..... | 41 |
| 2.3 | A “Geração Y” como usuária de bibliotecas universitárias..... | 49 |
| 2.4 | As ferramentas da Biblioteca 2.0..... | 57 |
| 2.4.1 | <i>Blogs</i> : ferramenta de comunicação e interação do bibliotecário com o usuário..... | 57 |
| 2.4.2 | <i>Wikis</i> : espaço de aprendizagem e trabalho colaborativo em bibliotecas | 64 |
| 2.4.3 | Redes Sociais: espaço de comunicação da biblioteca com os usuários..... | 69 |
| 2.4.4 | RSS: atualização de conteúdo da biblioteca | 76 |
| 2.4.5 | Conteúdo compartilhado de vídeos, áudio e imagens em bibliotecas | 81 |
| 2.4.6 | Classificação colaborativa ou <i>folksonomia</i> | 86 |
| 2.4.7 | OPAC 2.0 e a próxima geração de catálogos automatizados..... | 90 |
| 2.5 | Biblioteca 2.0: definições, características e riscos..... | 103 |
| 2.6 | Casos práticos da adoção de Biblioteca 2.0..... | 113 |
| 2.7 | Teoria crítica da Biblioteca 2.0..... | 124 |
| 2.8 | Planejamento e avaliação das redes sociais em bibliotecas..... | 132 |
| 2.9 | O emprego dos dispositivos móveis nas bibliotecas..... | 149 |
| 3. | CONTEXTO ESPANHOL DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA | 161 |
| 3.1 | Antecedentes históricos | 161 |
| 3.2 | Biblioteca universitária na Espanha - conceitos relacionados | 167 |
| 3.3 | Missão e objetivos do CRAI..... | 172 |
| 3.4 | Serviços do CRAI | 173 |
| 3.5 | Perspectiva das bibliotecas universitárias na Espanha..... | 178 |
| 4. | CONTEXTO METODOLÓGICO | 182 |
| 4.1 | Modelos gerais de abordagem das redes sociais nas organizações..... | 182 |
| 4.1.1 | Modelos de adoção | 183 |
| 4.1.2 | Modelos de abordagem das redes sociais | 187 |
| 4.1.3 | Modelos de implantação das redes sociais..... | 192 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 4.1.4 | Modelos de visão geral das redes sociais..... | 197 |
| 4.1.5 | Modelos de retorno sobre o investimento nas redes sociais | 199 |
| 4.2 | Modelos de Biblioteca Universitária 2.0 | 207 |
| 4.3 | Modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias..... | 226 |
| 4.4 | Referencial teórico-metodológico..... | 234 |
| 4.4.1 | Procedimentos adotados para aplicação da metodologia..... | 236 |
| 4.4.2 | Universo da pesquisa | 237 |
| 4.4.3 | A amostra usada na pesquisa | 237 |
| 4.4.4 | Variáveis | 240 |
| 4.4.5 | Procedimentos adotados para a coleta de dados | 242 |
| 4.4.6 | Pesquisa bibliográfica | 243 |
| 4.4.7 | Pesquisa de campo | 246 |
| 4.4.8 | Relatos de pré-testes no Brasil e na Espanha..... | 247 |
| 4.4.9 | Entrevista | 248 |
| 4.4.10 | Questionário..... | 251 |
| 4.4.11 | Relação entre objetivos e os instrumentos de coleta..... | 253 |
| 5. | ANÁLISE DOS RESULTADOS | 255 |
| 5.1 | As premissas da pesquisa..... | 255 |
| 5.2 | Perfil da biblioteca | 256 |
| 5.2.1 | Aspectos relativos à variável perfil da biblioteca | 256 |
| 5.2.2 | Automação | 259 |
| 5.2.3 | Funcionalidade do catálogo OPAC..... | 263 |
| 5.3 | Perfil das redes sociais | 269 |
| 5.3.1 | Participação nas redes sociais | 269 |
| 5.3.2 | Implantação das redes sociais nas BU | 285 |
| 5.3.3 | Interação com as redes sociais | 287 |
| 5.4 | Planejamento e avaliação das redes sociais na biblioteca universitária espanhola | 295 |
| 5.4.1 | Planejamento das redes sociais adotadas pelas BU | 295 |
| 5.4.2 | Avaliação das redes sociais adotadas pelas BU..... | 299 |
| 5.5 | Perfil do bibliotecário 2.0 nas bibliotecas universitárias espanholas visitadas | 307 |
| 5.5.1 | Dados sobre o gênero, idade e posto que ocupavam os bibliotecários 2.0 | 308 |
| 5.5.2 | Formação do bibliotecário que interage com as redes sociais | 309 |
| 5.5.3 | Conhecimento do bibliotecário das ferramentas 2.0..... | 312 |
| 5.6 | Modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias espanholas | 315 |
| 6. | CONCLUSÕES..... | 326 |

| | | |
|-----|--|------------|
| 6.1 | Limitações da pesquisa | 334 |
| 6.2 | Propostas para o desenvolvimento de pesquisas futuras..... | 335 |
| | REFERÊNCIAS..... | 337 |
| | APÊNDICE A - Roteiro de entrevista espanhol | 370 |
| | APÊNDICE B - Questionário espanhol | 372 |
| | APÊNDICE C - <i>Email</i> de contato Espanha..... | 380 |
| | APÊNDICE D - Carta convite pesquisa Espanha | 381 |
| | ANEXO A - Lista de bibliotecas de universidades públicas espanholas | 382 |
| | ANEXO B - Lista de redes sociais de bibliotecas de universidades públicas espanholas | 385 |
| | ANEXO C - Lista Completa das Instituições Universitárias Visitadas e suas Bibliotecas | 387 |

1. INTRODUÇÃO

*“Eu sempre imaginei um espaço de informação
como algo em que qualquer um
tivesse acesso imediato e intuitivo,
e não só buscasse, mas criasse”
Tim Berners-Lee, 1999, p. 169*

Nos últimos vinte anos a utilização das redes sociais decorre da contínua evolução da tecnologia da informação, que foi propiciada pelo *hardware*, cada vez mais veloz e potente, e pelo *software*, que trouxe uma camada de apresentação gráfica com recursos multimidiáticos. Isto fez com que o acesso à informação ficasse mais simplificado e as bibliotecas passassem a oferecer serviços de consulta ao catálogo em linha.

Durante este período, ocorreu o nascimento da World Wide Web, no início da década de 1990, trazendo consigo uma linguagem inovadora de hipertexto, que permite ao usuário da Web a leitura não linear, por meio dos *hiperlinks*.

A esta versão da Web, conhecida como Web 1.0, correspondia a figura do *webmaster*, que publicava os documentos, em formato de hipertexto no endereço do sítio web, e a figura do usuário, que embora dispusesse da possibilidade de leitura, não podia interagir e colaborar com a página do sítio web.

A primeira geração da *web* caracterizava-se pelo conteúdo estático das informações contidas nos sítios *web*, mas aos poucos este se tornou dinâmico com a chegada dos fóruns de discussão *online*, e dos *chats*, onde os usuários podiam interagir com outros usuários, por meio da digitação de mensagens ou textos. A criação de conteúdos permitiu, também, a assimilação de conhecimentos, por meio da colaboração dos usuários que estavam participando destes espaços dinâmicos e interativos. A evolução deste espaço interativo, por consequência, colaborativo, culminou no desenvolvimento das redes sociais que adotavam a Internet ou Web como plataforma.

O termo Web 2.0 foi cunhado, por volta de 2003, pela empresa de mídia O'Reilly (uma editora de livros e revistas, promotora de conferências e serviços *online*), fundada por Tim O'Reilly.

Ainda segundo Musser *et al.* (2007, p. 5), a Web 2.0 é definida como um conjunto de “tendências econômicas, sociais e tecnológicas que coletivamente fundam a próxima geração da *Internet* – uma mídia mais madura e distintiva, caracterizada pela participação dos usuários, abertura, e efeitos de rede.”

Nesta plataforma da Internet, conforme Levy (2000), a existência de uma Internet colaborativa possibilitava a disseminação da inteligência coletiva. Seu pensamento nos conduzia à reflexão de que a Internet é um canal pelo qual flui uma grande quantidade de práticas sociais, culturais, políticas e econômicas. Trata-se de um espaço interativo, de trocas, de criação e geração, além de armazenamento de informações, tornando-se uma importante ferramenta de colaboração *online* entre participantes do mundo digital *online*.

A inteligência coletiva refere-se à construção de uma arquitetura de participação, na qual a colaboração do usuário reúne valor (SUROWIECKI, 2005). Estes participantes formam uma comunidade de usuários que é outra marca deste movimento. Neste espaço democrático, a biblioteca passa a adotar as redes sociais para se comunicar com os usuários. Esta comunidade de usuários, conhecida como Geração Y¹, é formada por jovens que cresceram com os microcomputadores, telefones celulares, jogos e *Internet*. Ela é uma geração digital e, assim, usufrui de todos os recursos virtuais que as redes sociais permitem.

De acordo com Campos (2007), verdadeiras obras coletivas, de qualidade inesperada, surgem, como é o caso da Wikipédia, uma enciclopédia *online*. Sítios *web* colaborativos como esse são chamados *wikis*, também denominação das próprias intervenções individuais de criação de páginas ou artigos.

Isto envolve, entre outros aspectos, interagir com os aplicativos para compartilhar vídeos, fotos, documentos, desenvolver jogos interativos e escrever comentários que oferecem uma grande possibilidade aos serviços dispostos pela biblioteca. Neste sentido, o usuário da biblioteca é consumidor e produtor de informação, trazendo para este espaço possibilidades ilimitadas quanto ao desenvolvimento dos serviços, seja nos aspectos educativo, econômico, informacional e, por que não dizer, social.

Alguns autores indicam que o termo *Web 2.0* não constitui, mas retoma conceitos e práticas para vendê-los como novidade (SHAW, 2005; CRAWFORD, 2006; SERANTES, 2009). Shaw (2005) afirma que o termo nunca existiu, pelo fato de que muitas dessas mudanças se tratam de uma evolução e, por isso, não é algo novo. Campos (2007) descreve a *Web 2.0* como descrição objetiva e precisa de tendências emergentes em ambientes de redes, do ponto de vista social, tecnológico e dos modelos de negócio.

Os subsídios para esta pesquisa vieram da literatura sobre o tema Biblioteca 2.0, que destaca as redes sociais com frequência empregadas em iniciativas internacionais, principalmente dos EUA. Embora haja uma crescente relevância do termo *Web 2.0* na mídia, de um modo geral, existe pouca

¹ As gerações de usuários podem ser divididas em “Silenciosa”, “Boomer”, “Geração X”, “Geração Y” e “Geração Z” segundo Strauss e Howe (1992) mais detalhes serão destacados na seção chamada “A Geração Y e os Agentes Livres” deste trabalho.

análise dos fundamentos teóricos e metodológicos para o emprego dessas redes sociais, principalmente em bibliotecas e nos catálogos *online* aqui no Brasil.

1.1 Justificativa

A investigação sobre o tema desta tese pretende contribuir para as pesquisas no campo da Ciência da Informação, sobre um modelo de adoção das redes sociais por bibliotecas universitárias. O foco principal desta busca será a análise do processo de adoção dessas ferramentas nas bibliotecas universitárias, procurando avaliar qual o perfil que a biblioteca universitária (BU) deve ter para usufruir de uma interação dos bibliotecários e as redes sociais e, assim, apresentar um suporte teórico, capaz de servir como instrumento de investigação para que pesquisadores ligados à Ciência da Informação possam avaliar seu uso e adoção nos ambientes informacionais.

Além de *blogs*, as bibliotecas se fazem presentes na *Internet* por meio das redes sociais que ajudam a compartilhar fotos e vídeos institucionais de eventos por ela promovidos, ou tutoriais de treinamento, além de textos onde há possibilidade de divulgar aquisições recentes que permitirão ao usuário cadastrado comentar e sugerir aquisições e indexações coletivas por meio do uso de redes sociais, entre outros recursos.

Esse novo ambiente exige cada vez mais, não apenas uma compreensão teórica, mas, também, aplicabilidades que possam contribuir positivamente para o acesso à informação. Por outro lado, essa realidade sinaliza no sentido de que estejamos atentos a fim de podermos acompanhar as mudanças e inovações relativas ao ambiente da biblioteca.

Por meio de um levantamento das publicações disponíveis na área da Ciência da Informação, seja ela em periódicos, congressos ou encontros correlatos, é possível demonstrar que a discussão sobre a evolução da web para uma “Web Social” (ou Web 2.0) e a sua adoção como Biblioteca 2.0, cresceram nos últimos anos aqui no Brasil, havendo necessidade de pesquisas sobre o atual panorama. Assim sendo, percebe-se que as possibilidades de uso desta web interativa nas bibliotecas ainda estão em pleno desenvolvimento.

No que diz respeito à contribuição social desta pesquisa, entendemos que a adoção destas redes sociais pelas bibliotecas se originou da utilização de *blogs* para a divulgação e promoção de eventos, criação de comunidades em redes sociais para acompanhar os usuários *online* e, principalmente, para a elaboração da “inteligência coletiva”, tendo como consequência o desenvolvimento e o aperfeiçoamento do catálogo social OPAC. Desta forma, a geração formada por usuários que cresceram junto com a era digital poderá colaborar ainda mais para a melhoria da qualidade dos serviços oferecidos pelas bibliotecas universitárias.

Esta pesquisa pretende analisar os critérios de adoção das redes sociais pelas bibliotecas universitárias e, então, demonstrar a variedade dos recursos oferecidos em um ambiente onde predominam a interação e a colaboração dos bibliotecários e os usuários de *Internet*, com vistas à organização e recuperação da informação *online* existente no acervo da biblioteca.

A tecnologia da informação exerce um papel de destaque na Sociedade da Informação, assim como no espaço das bibliotecas. A comunicação e a interatividade aumentaram com o surgimento da Internet e a Ciência da Informação, por meio da sua interdisciplinaridade, defendida por Le Coadic (2004), que se traduz por uma colaboração entre diversas disciplinas, que leva a interações, isto é, certa reciprocidade, de forma que haja, em suma, enriquecimento mútuo.

Desse modo, o usuário passa a colaborar com a biblioteca a partir do momento em que contribui para o enriquecimento da informação presente no acervo por meio de opiniões escritas no OPAC Social.

Ante esta nova realidade, o profissional bibliotecário deve considerar o que os estudiosos e pesquisadores dizem sobre a Ciência da Informação (CI).

Segundo Saracevic (1996), a CI teve origem na contextura da revolução científica e técnica que se seguiu à Segunda Guerra Mundial. De acordo com Wersig e Nevelling (1975), o desenvolvimento histórico da CI ocorreu em razão de problemas informacionais que modificaram completamente sua relevância para a sociedade.

A CI é definida para Borko (1968, p. 3-4) como:

[...] a disciplina que investiga as propriedades e o comportamento da informação, as forças que governam seu fluxo, e os meios de processá-la para otimizar sua acessibilidade e uso. A CI está ligada ao corpo de conhecimentos relativos à origem, coleta, organização, estocagem, recuperação, interpretação, transmissão, transformação e uso de informação... Ela tem tanto um componente de ciência pura, através da pesquisa dos fundamentos, sem atender para sua aplicação, quanto um componente de ciência aplicada, ao desenvolver produtos e serviços.

Embora exista a necessidade de se tratar o grande volume de informação gerado pelo fenômeno das redes sociais e, também, da produção científica ensejada pelas universidades, vivemos em um contexto no qual temos a questão de aplicar a tecnologia da informação na solução de problemas informacionais que continua e continuará com ou sem a CI.

Saracevic (1996) redefiniu a CI nos termos em que evoluiu observando seu enfoque contemporâneo:

A Ciência da Informação é um campo dedicado às questões científicas e à prática profissional voltadas para os problemas da efetiva comunicação do conhecimento e de seus registros entre os seres humanos, no contexto social, institucional ou

individual do uso e das necessidades de informação. No tratamento, destas questões são consideradas de particular interesse as vantagens das modernas tecnologias informacionais.

Desta forma, Araújo C. (2009) apresentou as seis correntes teóricas da CI que envolviam os estudos de natureza matemática da comunicação de Shannon e Weaver, publicada em 1949; a teoria sistêmica originada por Bertalanffy em 1930 e expandida para o campo da CI por meio da cibernética em trabalho de Wiener, em 1948; a teoria crítica da informação, as teorias da representação, os estudos em comunicação científica e os estudos de usuários. No contexto atual, em que a comunicação científica envolve aspectos de competição, desenvolvimento científico e tecnológico para o aumento da produção científica, a informação passou a ser compreendida como um recurso, uma condição estratégica. Com isso, os cientistas precisam de informação com rapidez, qualidade e exatidão fazendo com que as redes sociais possam se inserir na disseminação da informação junto à academia para dar maior visibilidade às bibliotecas.

Na Europa, mais especificamente na Bélgica, França e Espanha, o conceito de “Documentação” assume importância para a área de CI, quando Paul Otlet e Henri La Fontaine criaram, em 1895, na Bélgica, o Repertório Bibliográfico Universal (RBU), que fornecia um índice de assuntos que permitiria ter acesso ao conhecimento (ORTEGA, 2009).

Assim, Otlet destacou inicialmente o conceito para “Documentação”, em 1903, em artigo intitulado *Les sciences bibliographiques et la documentation*, no sentido de processo de fornecimento de documentos ou referências dos mesmos àqueles que precisam de informação que eles contêm. (ORTEGA, 2009, p. 5-6).

Na Espanha, a “Documentação” repercutiu por meio dos trabalhos de Lasso de la Vega (1947, 1969), que estava preocupado com os fundamentos e métodos do tratamento da massa documental, considerado por ele como necessário para a produção científica, e López Yepez, com seu *Teoría de la Documentación* (1978), Ortega e Lara (2010) observaram que a relação entre Ciências da Informação e Ciências da Comunicação observada na Espanha foi provavelmente decorrente da influência francesa da pesquisa realizada pelo Comitê de Ciências da Informação e Comunicação.

Assim, as razões que levaram esta pesquisa a escolher o contexto espanhol decorrem da constante busca pela inovação no espaço das bibliotecas universitárias espanholas que é considerada como parte da integração ao modelo de avaliação elaborado pelas universidades que aderiram ao Espaço Europeu de Ensino Superior proferido na Declaração de Bolonha. Este modelo procurava reinserir sob vários aspectos a Europa e, mais especificamente, a Espanha, numa economia baseada na competitividade, mobilidade, atratividade e internacionalização das principais instituições de ensino superior espanholas que buscavam um ensino internacional de excelência. Ainda neste

contexto espanhol, a crise econômica fez surgir no espaço das universidades e, em seu âmbito nas bibliotecas universitárias, um processo austero carregado de recortes orçamentários, o que ocasionou a busca por ferramentas gratuitas e inovadoras para ajudar as bibliotecas a se manterem permanentemente atualizadas e, conseqüentemente, promoverem os seus serviços.

O fenômeno das redes sociais surgiu com isso para modificar o contexto da comunicação da informação e a promoção dos serviços das bibliotecas, ampliando a interação humana com as tecnologias da informação. Neste sentido, o profissional bibliotecário pode seguir esta evolução para acompanhar este fenômeno. Robredo (1989) enfatizou que o profissional da informação necessitava conhecer *softwares* que processam a informação e ainda este deveria ter a predisposição para incorporar as inovações que surgem neste segmento. Blattman, Fachin e Rados (2000) expressaram o seu pensamento tecendo considerações sobre a necessidade de o profissional da informação ter conhecimento sobre elementos de *designer* gráfico, princípios de arquitetura, provimento de acesso e integração de serviços técnicos para implantação de serviços via *Web*.

1.2 Problema de pesquisa

Esta pesquisa parte do pressuposto de que o acesso à informação passa por distintas formas operacionais e que será objeto de mudanças por meio da adoção de *softwares* sociais a serem disponibilizados pela biblioteca universitária, ocasionando com isso novas formas de interação. Essa interação apresentará espaços que ensejarão a mutualidade entre usuários e bibliotecários, fazendo com que as informações presentes na biblioteca sejam mais voltadas para uma organização de acordo com a comunidade.

Salienta-se, no entanto, que haja maior flexibilidade da biblioteca universitária, caso se verifique uma dependência da contribuição dos usuários para atualizar e manter organizado o acervo da biblioteca, considerando o contexto da interação dos usuários que compõem a sua comunidade.

Na constituição de princípios e práticas relacionados com o gerenciamento da informação, as pesquisas na área de Ciência da Informação estão sempre procurando conhecer as novas tendências nos ambientes informacionais e assinalar suas propriedades socioculturais. Assim, pretende-se investigar as particularidades inerentes ao uso e adoção destas redes sociais nos catálogos *online*.

A complexidade do assunto leva consigo o tratamento de temas ligados ao termo Biblioteca 2.0, por se tratar de aspectos sociais, tecnológicos e gerenciais. A realidade presente passa a ser multimídia, interativa e dinâmica com o emprego do espaço colaborativo que estará presente no emprego destas redes sociais.

Em virtude da abrangência que o termo Biblioteca 2.0 expressa nas inúmeras pesquisas que envolvem o uso de vários tipos de ferramentas 2.0, sejam elas *blogs*, redes sociais, *wikis*, *folksonomias*, agregação de conteúdo na *web*, entre outros, faz-se necessário restringir este estudo na investigação das possibilidades de adoção das redes sociais no contexto das bibliotecas universitárias espanholas.

O estabelecimento de uma análise da adoção das redes sociais presentes nas bibliotecas universitárias espanholas traduz-se na busca de respostas às seguintes questões:

- Q1 - Quais são as particularidades e atributos presentes nas redes sociais da Biblioteca 2.0 encontradas nas bibliotecas universitárias espanholas?
- Q2 - Que riscos e benefícios serão obtidos na aplicação da filosofia colaborativa presente nas redes sociais da Biblioteca 2.0?
- Q3 - Qual é o estado atual das redes sociais da Biblioteca 2.0 adotadas por bibliotecas universitárias presentes na Espanha?
- Q4 - Como são realizados o planejamento e a avaliação dos indicadores da interação das redes sociais adotadas pela biblioteca universitária?
- Q5 - Quais são as expectativas e as necessidades dos bibliotecários perante a interação com o usuário nas redes sociais presentes no Catálogo OPAC?
- Q6 - Qual o perfil do bibliotecário responsável pela atualização das redes sociais na Biblioteca Universitária Espanhola?

Neste sentido, tal procedimento tornou possível adequar o questionário a ser aplicado à realidade dos bibliotecários responsáveis pela adoção das redes sociais, presentes nas bibliotecas universitárias espanholas que trabalham na filosofia da Biblioteca 2.0. Para isso, procurou-se descrever na revisão de literatura o estado da arte das redes sociais que compõem a Biblioteca 2.0, dando enfoque àquelas em que são empregadas nos Catálogos OPAC promotores de compartilhamento de conhecimento.

Com este estudo, objetivou-se demonstrar, por meio da adoção das redes sociais pela biblioteca, os benefícios que esta teria a oferecer como espaço organizacional e informacional com o seu emprego, bem como as expectativas, riscos e necessidades que cercavam os bibliotecários no planejamento e adoção destas ferramentas pela biblioteca universitária.

1.3 Objetivos

Assim, o objetivo geral desta pesquisa foi analisar o processo de adoção das redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas, procurando avaliar que ferramentas 2.0 a biblioteca universitária deve ter para usufruir de uma interação dos bibliotecários com os usuários.

A análise desta adoção das redes sociais pela biblioteca universitária procurou atender aos seguintes objetivos específicos:

- **OE1** – identificar os critérios de adoção das redes sociais pelos bibliotecários das bibliotecas universitárias espanholas, a fim de evidenciar seus conceitos, aplicabilidades e atributos;
- **OE2** – identificar como são realizados o planejamento e a avaliação dos indicadores da interação feitos pelos bibliotecários para a adoção dessas redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas;
- **OE3** – identificar o perfil do bibliotecário responsável pela interação e atualização das redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas; e
- **OE4** – elaborar e discutir com bibliotecários um modelo conceitual de adoção das redes sociais por bibliotecas universitárias, considerando a criação de perfil, a publicação de conteúdo, interação com o usuário, criação de conteúdo pelo usuário, estabelecimento de normas de uso e avaliação.

1.4 Organização da tese

No sentido de sintetizar, o quadro 1, expressa a relação entre o problema e os objetivos desta tese e a composição dos capítulos, de forma a explicitar a integração do referencial teórico com origem no problema e no objetivo geral estabelecidos previamente. O primeiro objetivo específico (OE1) foi observado no capítulo 2, que faz uma revisão de literatura e privilegia as ferramentas 2.0 e todo o contexto humano, social e tecnológico, e também no capítulo 5, onde os resultados da pesquisa evidenciam os casos pesquisados no contexto espanhol; o segundo (OE2) foi tratado também no capítulo 2, no espaço que discorre sobre o planejamento e avaliação das redes sociais em bibliotecas; o terceiro (OE3) observa, dentre os modelos de biblioteca universitária 2.0 destacados no Capítulo 3 – que traz conceitos e histórico da biblioteca universitária no contexto espanhol, envolvendo a missão e objetivos do CRAI, e, no capítulo 4 – que exprime o contexto metodológico formado pelos modelos de biblioteca universitária 2.0 e as competências que o profissional bibliotecário 2.0 pode possuir; o quarto (OE4) observa os modelos gerais de abordagem das redes sociais, os modelos de biblioteca universitária 2.0, para poder elaborar e discutir com os bibliotecários um modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias.

Quadro 1 – Relação entre problema, objetivos e os capítulos da tese

| |
|--|
| Problema: o acesso à informação tem passado por distintas formas operacionais e que sofrerá mudanças por meio da adoção de <i>softwares</i> sociais a ser disponibilizado pela biblioteca universitária, ocasionando com isso novas formas de interação. |
| Objetivo geral (OG): analisar o processo de adoção das redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas, procurando avaliar que ferramentas 2.0 que a biblioteca universitária deve ter para usufruir de uma interação entre os bibliotecários e os usuários. |
| Objetivo específico 1 (OE1): identificar os critérios de adoção das redes sociais pelos bibliotecários das bibliotecas universitárias espanholas, a fim de evidenciar seus conceitos, aplicabilidades e atributos. |
| <i>Capítulo 2 - Revisão de literatura</i> As ferramentas da Biblioteca 2.0; Biblioteca 2.0: definições, características, riscos e benefícios; Casos práticos da adoção de Biblioteca 2.0; |
| Objetivo específico 2 (OE2): identificar como são realizados o planejamento e a avaliação dos indicadores da interação feitos pelos bibliotecários para a adoção dessas redes sociais nessas bibliotecas universitárias espanholas. |
| <i>Capítulo 2 - Revisão de literatura</i> Planejamento e Avaliação das Redes Sociais em Bibliotecas; |
| Objetivo específico 3 (OE3): identificar o perfil do bibliotecário responsável pela interação e atualização das redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas. |
| <i>Capítulo 3 – Biblioteca Universitária – Contexto Espanhol; Capítulo 4 – Contexto Metodológico</i> Biblioteca Universitária na Espanha; Missão e objetivos do CRAI; Modelos de Biblioteca Universitária 2.0 |
| Objetivo específico 4 (OE4): elaborar e discutir com bibliotecários um modelo de adoção das redes sociais por bibliotecas universitárias considerando: a criação de perfil, a publicação de conteúdo, interação com o usuário, criação de conteúdo pelo usuário, estabelecimento de normas de uso e avaliação. |
| <i>Capítulo 4 – Contexto Metodológico</i> Modelos gerais de abordagem das redes sociais; Modelos de Biblioteca Universitária 2.0; Modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias. |

Fonte: Elaborado pelo autor.

De acordo com o que foi proposto na pesquisa, a tese está organizada em seis capítulos.

No **Capítulo 1**, são realizadas considerações introdutórias sobre o tema, a justificativa, o problema, os objetivos geral e específicos propostos para pesquisa nesta tese.

No **Capítulo 2**, é feita uma revisão bibliográfica sobre as ferramentas da Web 2.0 considerando: os conceitos e a evolução da Web 2.0; o contexto da criação de conteúdo pelo usuário e a inovação em bibliotecas; a adaptação do ambiente para atender aos usuários da Geração Y nas bibliotecas; a aplicabilidade dessas no contexto das bibliotecas; a próxima geração de catálogos OPAC; questões teórico-críticas na implantação destas ferramentas em bibliotecas; questões de planejamento e avaliação das redes sociais conforme mencionadas pela literatura; questões tecnológicas que envolvem a busca e o acesso à informação com a introdução dos dispositivos móveis.

No **Capítulo 3**, foram feitas considerações sobre o contexto das bibliotecas universitárias na Espanha, observando aspectos históricos, conceitos relacionados, missão e objetivos, serviços

oferecidos pelo modelo espanhol conhecido como Centro de Recursos para a Aprendizagem e a Investigação (CRAI) e a perspectiva dessas bibliotecas.

O **Capítulo 4** expressa o contexto metodológico, observando questões relacionadas a modelos conceituais de abordagem gerais das redes sociais e modelos específicos de biblioteca 2.0, cuja seção destaca o perfil do bibliotecário 2.0 com suas habilidades e competências. Assim, com os modelos citados procuraram-se subsídios para poder elaborar um modelo de adoção das redes sociais; logo em seguida descreve-se a metodologia utilizada para alcançar os objetivos específicos descritos, considerando os procedimentos adotados, o universo da pesquisa, as variáveis da pesquisa e os critérios adotados para seleção da amostra e os procedimentos adotados para a coleta de dados.

No **Capítulo 5** procedeu-se uma análise descritiva dos dados com suporte nas observações realizadas com os bibliotecários responsáveis pelas redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas.

No **Capítulo 6** são apresentadas as conclusões a partir do estudo feito, tendo como consideração os aspectos abordados inicialmente nesta pesquisa, os objetivos propostos e os resultados, enfatizando a adoção das ferramentas da Web 2.0 no contexto das bibliotecas universitárias espanholas. Além disso, elaboraram-se algumas sugestões de pesquisa sobre esta temática de adoção de ferramentas 2.0 em bibliotecas universitárias, considerando, ainda, as limitações desta pesquisa.

No **fim do documento**, estão as referências utilizadas e no apêndice se encontram os instrumentos de coleta de dados, juntamente com o modelo do *email* de contato e da carta-convite para os bibliotecários participarem da pesquisa. Nos anexos deste trabalho, encontram-se a lista de bibliotecas de universidades públicas espanholas, uma lista de redes sociais de bibliotecas de universidades públicas espanholas e a lista completa das instituições universitárias e suas bibliotecas.

A pesquisa foi realizada na Espanha durante o estágio sanduíche. Vale ressaltar que, durante este período de doutorado sanduíche, o relatório de pesquisa produzido em referência aos estudos produzidos naquele país foi aprovado pelo responsável pelo estágio na Espanha, na Universidad Complutense de Madri, a Professora Doutora Maria Aurora Cuevas Cerveró.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Este capítulo compreende os fundamentos teóricos relacionados com a Web 2.0, o contexto da criação de conteúdo pelo usuário que envolve este espaço colaborativo, e os novos usuários de bibliotecas chamados de Geração Y.

Destaca também os conceitos e as ferramentas da Biblioteca 2.0, tendo como foco as seguintes: os *blogs*, *wikis*, as redes sociais, a tecnologia RSS, as plataformas de compartilhamento de arquivos multimídia, a classificação colaborativa, e a próxima geração de catálogos OPAC 2.0 aplicados ao contexto das bibliotecas.

O capítulo ressalta ainda, no contexto tecnológico, aspectos relacionados com a teoria crítica da Biblioteca 2.0, o planejamento e avaliação das redes sociais em bibliotecas, e conclui com a possibilidade do emprego de dispositivos móveis para compartilhar informações por meio das redes sociais em bibliotecas.

2.1 A Web 2.0 e as redes sociais: conceitos e evolução

O termo Web 2.0 foi primeiramente comentado por Tim O'Reilly e Dale Dougherty, em 2004, durante uma conferência da O'Reilly Media, para descrever os termos e modelos de negócio que sobreviveram a quebra do setor de tecnologia nos anos 1990 (O'REILLY, 2005).

Neste sentido, Aharony (2009) salienta existirem cinco características principais para a Web 2.0:

- 1- os usuários produzem o seu próprio conteúdo e/ou alteram o serviço com facilidade por meio de serviços gratuitos como *blogs*, *wikis*, etc., diferente do modelo antigo onde eles eram apenas consumidores de conteúdo que estava em páginas estáticas da *web*;
- 2- quanto maior a quantidade de usuários melhor o serviço, isto é, se os usuários produzem e consomem conteúdo entre si, numa verdadeira comunidade, quanto mais usuários interagindo maior será a criação de conteúdo a ser produzido/alterado/validado, com isso, a qualidade do serviço aumenta;
- 3- o surgimento de aplicações onde o usuário enriquece o conteúdo, visando o compartilhamento de informações, difere do padrão antigo onde se recebia informação, enviava dados, recarregava página que era comum na pioneira Web 1.0;
- 4- o efeito da rede promove a valorização do conteúdo acima de qualquer outra fonte, permitindo a propagação desse conteúdo que pode ser por meio de texto, imagem, vídeo, dados sobre pessoas, áudio e mapas; e

5- o conteúdo é acessível a todos não só por meio do sítio web onde ele se encontra, mas pode ser integrado às aplicações externas, possibilitando aos programadores autônomos criarem aplicações personalizadas e únicas. É a cultura do *remix*.

Miller (2005) destaca que a Web 2.0 é participativa e expressa valor para a geração de conteúdo pelo usuário. Isto significa compartilhar, comunicar e iniciar a “Cauda Longa”² que permite a pequenos grupos de indivíduos se beneficiarem de peças-chave da plataforma como promessa daquilo que eles próprios precisam.

Atualmente, pode-se dizer que os meios de comunicação não competem mais entre si: os jornais brasileiros não concorrem somente com os congêneres regionais e de outros lugares, “mas também com a sabedoria coletiva e com a diversidade de informações de todo o mundo *online*.” (ANDERSON, 2006, p. 186)

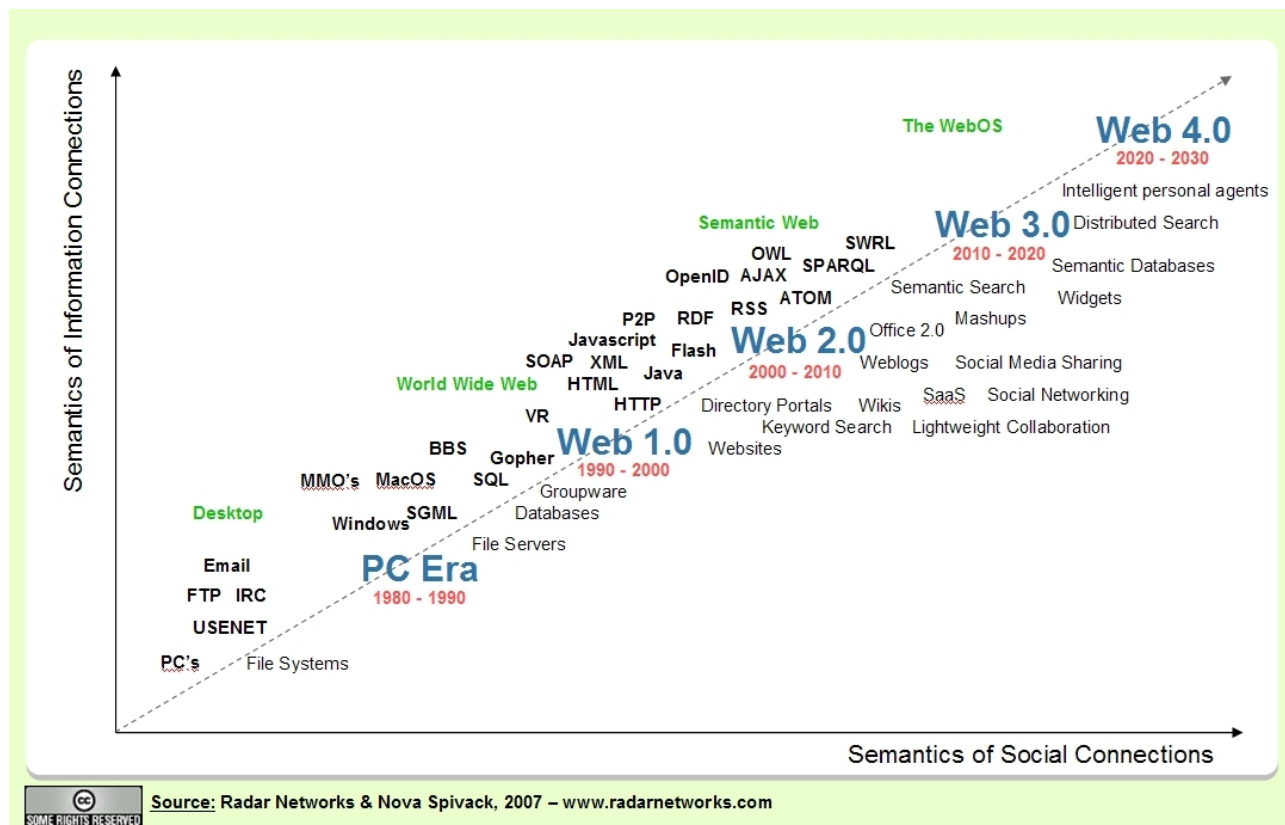
Essa geração de conteúdo pelo usuário é uma das consequências desta Web 2.0. Segundo Shirky (2011, p. 14), “algo que torna a era atual notável e que podemos agora tratar o tempo livre como um bem social geral que pode ser aplicado a grandes projetos criados coletivamente, em vez de minutos individuais a serem aproveitados por uma pessoa de cada vez”.

Para Shirky (2011, p. 18), os usos sociais de nossos novos mecanismos de mídia estão sendo uma grande surpresa, em parte porque a possibilidade desses usos não estava implícita nos próprios mecanismos. O mesmo autor (2011, p. 26) conclui que expandir o nosso foco para incluir produção e compartilhamento nem sempre requer grandes alterações no comportamento individual para produzir enormes mudanças no resultado.

Estas mudanças ocorreram em virtude da evolução pela qual passa a Web nas últimas décadas junto com as tecnologias adotadas neste movimento. Ainda não sabemos precisar o resultado disso; é certo que aquilo que já vimos até agora ainda não foi suficiente para antever futuras mudanças. A figura 1 retrata esta evolução da Web, incluindo em seu início a era dos *Personal Computers* (PC) e a evolução da Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 e a Web 4.0, e as tecnologias presentes nesta evolução baseada nas Semânticas de Conexão da Informação (*Semantics of Information Connections*) e nas Semânticas da Conexão Social (*Semantics of Social Connections*).

² Em 2004, Chris Anderson utilizou a expressão “Cauda Longa” na revista *Wired* para se referir, sob uma perspectiva genérica, à economia da abundância – “o que acontece quando os gargalos que se interpõem entre a oferta e a demanda em nossa cultura começam a desaparecer e tudo se torna disponível para todos.” (ANDERSON, 2006, p. 11).

Figura 1 – Evolução da web



Fonte: Spivack (2007).

Ao longo do tempo, segundo Miranda, Gualtieri e Coccia (2010), nos primórdios da Web, ela possuía sítios web estáticos formados por aplicações em portais que possuíam um conjunto de documentos. A Web 1.0 pode ser visualizada com uma biblioteca ou fonte de informação. Na década seguinte (2000–2010), o foco mudou para a linha de frente e começou a era da Web 2.0. A Web 2.0 é aquela de leitura e escrita; agora as pessoas usam as páginas dos sítios *web* como plataforma para outras aplicações. Alguns consideram que, neste momento, na terceira década da Web (2010–2020), estaremos prontos para o fim do ciclo da Web 2.0, com o avanço para a versão 3.0 da Web, que fará de forma simplificada a indexação dos conteúdos, para então a informação ser de mais fácil compreensão. A Web 3.0 será a Web dos dados e conhecimento. A próxima etapa (2020–2030) será a Web 4.0, que terá agentes inteligentes atuando de forma pessoal junto com máquinas também inteligentes.

Weber e Rech (2009) destacam também nesta evolução algumas fases distintas da Web pré e pós-fenômeno 2.0, chamadas de Web 0.5 / 1.0 / 1.5 / 2.0 / 2.5 / 3.0 / 3.5 / 4.0. Esta evolução é destacada também por esses autores. Na primeira fase veio com o nascimento da *Web* e era chamada de Web 0.5, baseada na filosofia descrita por Tim Berners-Lee³, em que máquinas de

³ BERNERS-LEE, T. Weaving the Web. Harper Business, 2000.

todos os tipos estão conectadas à Internet e o espaço de informação estabelecido é universal onde tudo está baseado em hipertexto, porém sem nenhum padrão estabelecido de comunicação. Na fase seguinte, a Web 1.0, na década de 1990 a 2000, começaram a padronizar a comunicação com a linguagem HTML (*HyperText Markup Language*) e o protocolo HTTP (*HyperText Transfer Protocol*). Esta fase representa um espaço projetado de informação para ajudar pessoas em todo o mundo na troca de informação. Esta dispunha, contudo, de uma via única de publicação de conteúdo protagonizada apenas pelo autor do sítio web. A fase posterior, conhecida como Web 1.5, a Web teve um acentuado crescimento no acesso de usuários que a utilizavam para realizar compras em sítios de comércio eletrônico e a utilização de Sistemas de Gestão de Conteúdo (*Content Management Systems*). Logo após a Web 1.5, veio a Web 2.0, chamada de “Web Social”, trazendo muitas aplicações que utilizavam a *Internet* como plataforma orientada ao usuário para possibilitar o compartilhamento de conteúdo. A fase subsequente é a Web 2.5, chamada de “Web Móvel” em virtude de seus usuários estarem sempre conectados, principalmente, por dispositivos móveis (telefones celulares e *tablets*) para publicar conteúdo em *microblogs* como o Twitter. Continuando nesta evolução, surge a Web 3.0, considerada como a “Web Semântica”, onde programas, chamados de “Agentes Inteligentes”, irão trabalhar com os usuários da Web para conectar conhecimento em tempo real usando métodos automatizados. A fase seguinte é chamada de Web 3.5, ou “Web Ubíqua”, em que os serviços serão onipresentes, interativos e compostos de agentes autônomos que vão considerar a inteligência artificial baseada nas pesquisas realizadas pelos agentes inteligentes da Web 3.0 para ajudar na recuperação da informação. Por último, teremos a chamada Web 4.0, ou “Web Inteligente” que, de acordo com Murugesan (2007), sofisticadas tecnologias de inteligência artificial irão se utilizar das evoluções, anteriormente descritas da Web, para agir de forma proativa e colaborativa por meio de autoaprendizado com vistas a explorar conteúdos baseados na maturidade das tecnologias da “Web Semântica” e obter respostas em linguagem natural.

Seguindo uma linha evolutiva e observando os aspectos tecnológicos e pedagógicos, Dabbagh e Reo (2011) fazem uma distinção entre o que eles chamam de ferramentas colaborativas e comunicativas baseadas na mediação por computador (do inglês, *Computer-mediated communication and collaboration tools*) e os *softwares* sociais que, para eles, podem transformar de forma significativa a capacidade de interação social. Para isso, eles dividiram esta evolução em quatro períodos distintos, a saber: 1- período pré-internet (antes de 1969); 2- Internet (de 1969 a 1992); 3-Web 1.0 (de 1992 a 2000); e 4- Web 2.0 (depois de 2000).

No primeiro período, pré-internet, Dabbagh e Reo (2011) lembram-se de Paul Otlet, que vislumbrou, em 1934, um banco de dados mecanizado, o “Mundaneum”, que armazenava milhares de cartões que por analogia permitiriam aos estudantes pesquisar, ler, escrever e fazer anotações em

documentos; destacando, ainda, a máquina “Memex” de Vannevar Bush, descrita em 1945 no artigo “*As We may Think*”, que simulava a busca por associações, o que para muitos, era o precursor do hipertexto. Logo em seguida eles evidenciam, o projeto “Xanadu”, elaborado por Ted Nelson, que elaborou o conceito de sistemas de hipertexto, antecipando a arquitetura da World Wide Web. Em suma, este período pré-internet representa a visão de como os computadores, sistemas de hipertexto e as redes de computadores poderiam desenvolver a inteligência humana e os grupos de colaboração.

O segundo período da Internet, segundo Dabbagh e Reo (2011), está caracterizado pelo desenvolvimento da infraestrutura tecnológica e o estabelecimento dos padrões de interoperabilidade que iriam dar suporte a comunicação entre os computadores. Ainda neste período, nos anos 1970, surgiram diversos projetos educacionais com o uso de sistemas de aprendizagem em rede que exploravam as atividades educacionais baseadas na teoria construtivista.

No terceiro período, que corresponde a Web 1.0, Dabbagh e Reo (2011), destacam que, com o surgimento da World Wide Web, esta fase se caracteriza pela convergência da infraestrutura da rede que incentivou a conexão social de grupos de interesse e dos negócios.

Por fim, no quarto período, correspondente à Web 2.0, Dabbagh e Reo (2011) observam que as tecnologias da Web 2.0 emergiram ao ponto de mudar a forma como as pessoas interagiam, possibilitando que os usuários pudessem criar o próprio conteúdo.

Ao observarmos as aplicações na internet, podemos notar que algumas das ferramentas da Web 2.0, como os *blogs*, *wikis* e redes sociais, são potencialmente importantes para aplicações educacionais (HUIJSER, 2008). Elas também são importantes para formar os novos estudantes de Biblioteconomia com as competências e habilidades direcionadas ao mercado dinâmico da informação que está em constantes mudanças (AHARONY, 2008).

Assim, é importante conhecer como é estruturado o *design* desta Web. Conforme O’Reilly (2005) resalta são oito os padrões de *design* descritos para a Web 2.0:

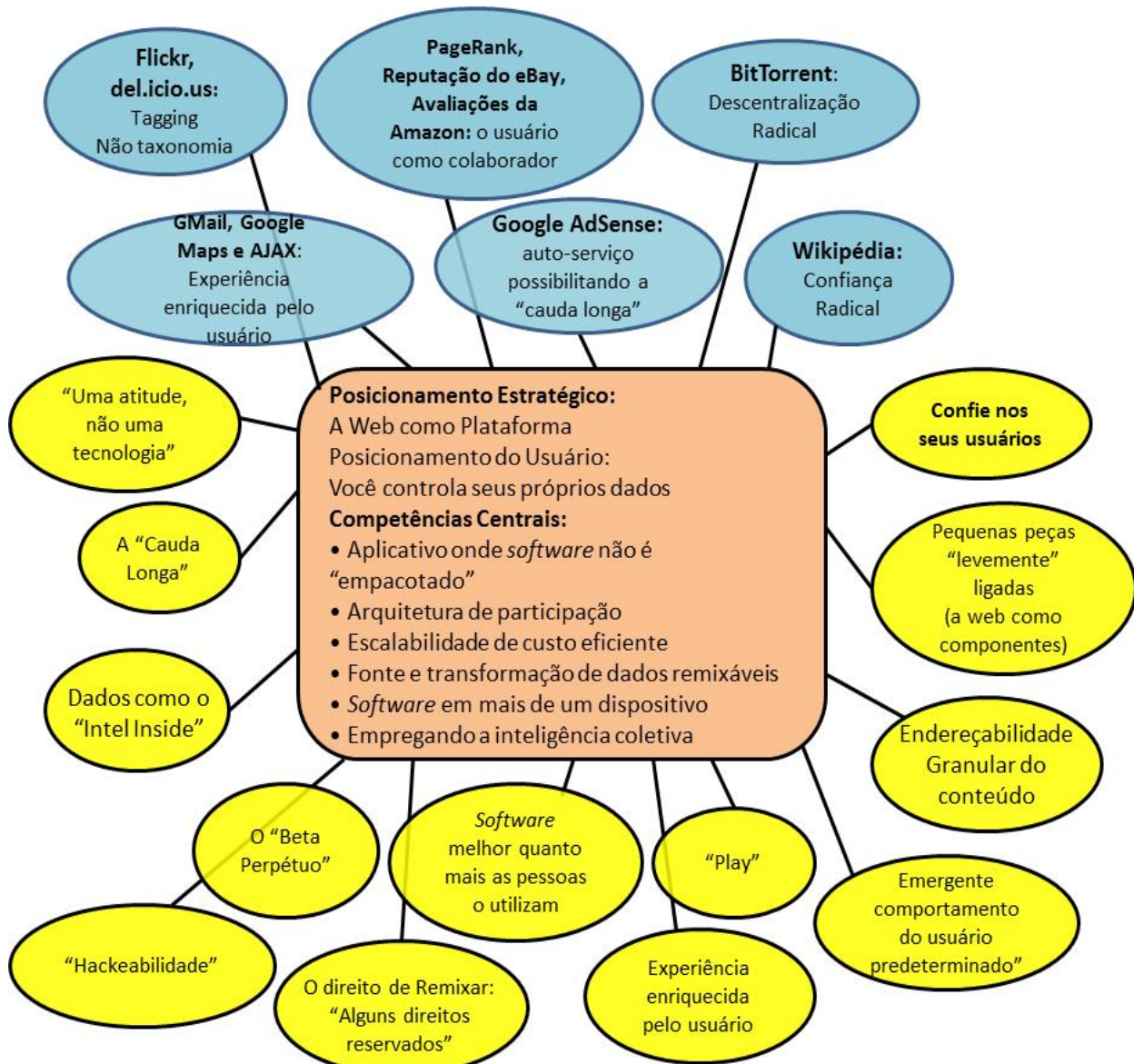
1. a “Cauda Longa” (pequenos sítios web que compreendem a maior parte do conteúdo da internet); ou seja, número menor de nichos que constituem a massa de aplicações possíveis. Portanto é importante incentivar o autosserviço do cliente e o gerenciamento algorítmico de dados para alcançar toda a web, até as bordas e não apenas o centro, até a “cauda longa” e não apenas a cabeça;
2. dados são o próximo “Intel Inside”: os aplicativos são cada vez mais baseados em dados. Desse modo, para obter vantagem competitiva, procure utilizar uma única fonte de dados (foi a visão que a empresa Intel oferecia aos usuários de processadores de computadores), difícil de ser recriada. O exemplo disso é a briga de buscadores para não ficarem

- dependentes do Google ou a briga de sítios web que oferecem mapas (leia-se Mapquest⁴ e Google Maps⁵) para os usuários que buscam informações geográficas;
3. usuários agregam valor: a chave para a vantagem competitiva em aplicativos de *internet* é até onde os usuários acrescentam os seus próprios dados àqueles que você fornece. Portanto, não restrinja a sua “arquitetura de participação” no desenvolvimento de *software*. Envolve seus usuários, tanto implícita como explicitamente, na adição de valor ao seu aplicativo;
 4. efeitos de rede como padrão: apenas uma pequena porcentagem de usuários dar-se-ão ao trabalho de adicionar valor ao seu aplicativo. Portanto, crie padrões para agregar dados de usuário como efeito colateral ao uso do aplicativo;
 5. alguns direitos reservados: a proteção à propriedade intelectual limita a reutilização e impede a experimentação. Portanto, quando há benefícios decorrentes da apropriação coletiva e não de restrições particulares, certifique-se de que as barreiras sejam mínimas. Siga os padrões existentes e use licenças de uso com o menor número de restrições possível. Projete para “hackeabilidade” e “remixabilidade”;
 6. o “beta perpétuo”: quando dispositivos e programas estão conectados à internet, os aplicativos não são mais artefatos de *software* que são pacotes fechados sem poder de modificação, são serviços em andamento. Consequentemente, não “empacote” novos recursos em lançamentos homogêneos, mas, ao invés disso, adicione-os regularmente como parte da experiência diária do usuário. Desta forma, irá receber colaborações dos seus usuários como avaliadores em tempo real;
 7. coopere, não controle: os aplicativos Web 2.0 são construídos a partir de uma rede cooperativa de serviços de dados. Portanto, ofereça interfaces para serviços web e “sindicação” de conteúdo e aproveite para reutilizar os serviços de dados de outrem. Encoraje o desenvolvimento de modelos leves de programação que admitam sistemas fáceis de serem inseridos (os *blogs*, por exemplo, podem receber pequenos códigos para acessar aplicações compartilhadas); e
 8. *software* executado em mais de um tipo de dispositivo: o PC não é mais o único dispositivo de acesso aos aplicativos de internet e os aplicativos limitados a um único dispositivo têm menor valor do que aqueles conectados *online*. Portanto, projete seus aplicativos desde o início para integrar serviços entre dispositivos móveis, PCs e servidores de internet.

Neste sentido, pode-se exibir a figura 2, baseada nos oito padrões de *design* descritos para a Web 2.0 por O'Reilly (2005).

⁴ Mapquest. Disponível em: <<http://www.mapquest.com>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

⁵ Google Maps. Disponível em: <<http://www.google.com/maps>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

Figura 2 – Padrões de *design* da Web 2.0

Fonte: Adaptado de O'Reilly (2005).

Segundo Kroski (2008), a Web 2.0 trabalha em comunidade e colaboração por meio de *softwares* sociais. Estas novas aplicações ajudam os usuários por meio da entrega dos diários, a organizar e compartilhar seus dados com os outros. Os usuários podem encontrar com os demais nas redes sociais e recomendar notícias por meio de agregadores de conteúdo, como o Digg⁶. Para resumir, estas novas características descritas no *design* da Web 2.0 por O'Reilly (2005), Kroski (2008) destaca o quadro 2, que exhibe as características antes (na Web 1.0) e depois na Web 2.0.

⁶ Digg – <http://digg.com/> sitio web 2.0 que reúne *links* para notícias, videos e *podcasts* enviado pelos próprios usuários.

Quadro 2 – Características Web 1.0 e Web 2.0

| Nova Característica | Web 1.0 | Web 2.0 |
|--|---|--|
| A Web como plataforma | As versões de <i>software</i> eram projetadas para instalação em computadores individualmente. | O <i>software</i> é baseado na conexão <i>online</i> , portanto é oferecido como serviço. |
| O efeito da rede | As pessoas buscavam conteúdo na internet como uma experiência singular. | As pessoas participam em comunidades, criando ambientes enriquecidos de conteúdo. |
| Aproveitamento da Inteligência Coletiva | O indivíduo se baseia em conhecimento pessoal. | A massa determina o que tem valor. |
| Dados é o próximo “Intel Inside” | Os editores criavam conteúdo próprio. | O conteúdo criado pela comunidade de usuários é que tem valor. |
| Fim do ciclo de lançamento de versões de <i>software</i> | Havia uma versão diferente para um <i>software</i> instalado em um computador que podia ser distinta da que havia em outros computadores. | O beta perpétuo faz com que haja uma única versão de <i>software</i> , sendo esta oferecida em forma de serviço. |
| Menos é mais | O <i>software</i> possuía inúmeras características que fazia com que necessitasse de treinamento. | O aplicativo agora é leve e simples de usar que oferece um baixo nível de aprendizagem. |
| “Sindicação” | Sítios web individuais comportavam dados não compartilhados. | O controle dos dados é renunciado em favor do compartilhamento e distribuição. |
| Projetado para reutilização | O código do <i>software</i> era protegido e mantido privado. | Os dados e as funcionalidades da aplicação são compartilhados. |
| <i>Software</i> em mais de um dispositivo. | O <i>software</i> era projetado para executar em computadores. | As aplicações são executadas via Web em computadores, dispositivos móveis, iPods, etc. |
| Experiência enriquecida pelo usuário | Os sítios web eram em sua maioria formatados como textos. | Sítios web incluem tecnologias, mapeamento, editores e outras funcionalidades que permitem a edição e interação. |
| A “Cauda Longa” | Apenas os interesses mais populares eram atendidos. | Agora qualquer interesse conta. O importante é participar, interagir, colaborar. |
| <i>Software</i> Social | O <i>software</i> era concebido para uma experiência individual. | O <i>software</i> é concebido para trabalho em grupo, colaboração e a “remixabilidade”. |

Fonte: Kroski (2008)

Após observar o *design* da Web 2.0 e sua evolução, é importante conhecer, conforme nos informam Miranda, Gualtieri e Coccia (2010), algumas vantagens e desvantagens da Web 2.0 para os bibliotecários e usuários de bibliotecas.

As tecnologias da Web 2.0, como ferramentas flexíveis, têm muitas vantagens. Para os bibliotecários, estas ferramentas aumentam a velocidade e expandem o conhecimento, tornando fácil personalizar a informação e comunicá-la com os usuários. Disto decorre melhoria no ensino e nas atividades de aprendizagem e, além disso, elas geralmente são gratuitas. A desvantagem é não demonstrarem a confiabilidade e a longevidade, pelo fato de serem desenvolvidas por pessoas que adotam o movimento de *software* livre, sem fins comerciais, o que pode ocasionar para os bibliotecários uma dependência de algo extingível. O quadro 3 oferece uma visão das vantagens e desvantagens da Web 2.0 para bibliotecários.

Quadro 3 – Vantagens e desvantagens da Web 2.0 para bibliotecários

| Vantagens | Desvantagens |
|---------------------------|--|
| Colaboração | A Web 2.0 possui muitas ferramentas diferentes |
| Personalização | Dúvidas sobre a confiabilidade das ferramentas |
| Comunicação | Existem dificuldades na padronização |
| Geração de Conhecimento | Baixo nível de segurança e privacidade |
| Compartilhamento | Baixo nível de informação catalogada |
| Atualização | Tempo de vida das ferramentas |
| Ferramentas Flexíveis | Preocupação com a confidencialidade |
| Velocidade | Propriedade dos dados |
| Redução de custos | Preocupação com questões legais |
| Treinamento | |
| Facilita a experimentação | |

Fonte: Miranda, Gualtieri e Coccia (2010).

Como vantagem, do ponto de vista do usuário, as ferramentas da Web 2.0 ajudam na criação de conteúdo pelo usuário. Além disso, estas ferramentas são de fácil manuseio para o usuário e oferecem rápido acesso à informação, por meio da tecnologia de “sindicação” de conteúdo conhecida pela sigla RSS⁷, o que reduz a sobrecarga de informação. O quadro 4 oferece visão das vantagens e desvantagens da Web 2.0 para usuários de bibliotecas.

Quadro 4 – Vantagens e desvantagens da Web 2.0 para usuários de biblioteca

| Vantagens | Desvantagens |
|--|-----------------------------|
| Baixo nível de complexidade | Rumores |
| Requer pequena habilidade técnica | Segurança e questões legais |
| Redução de custos | Dependência |
| Flexibilidade | Informação de segunda mão |
| Envolvimento do Usuário | Perda de dados |
| Redução de tempo | Emprego incorreto dos dados |
| Reduz a sobrecarga de informação | |
| Disponibiliza Etiquetamento Social | |
| Compartilhamento de ideias | |
| Geração e compartilhamento de conhecimento | |

Fonte: Miranda, Gualtieri e Coccia (2010).

Após conhecer mais sobre a Web 2.0, este trabalho destacará as ferramentas que advieram deste fenômeno e, assim, conhecer as suas particularidades e atributos. Kanter e Fine (2011) definem mídia social como a estruturação de ferramentas digitais, mensagens instantâneas, mensagens de texto, *blogs*, vídeos e sítios web de redes sociais - o Facebook, o Orkut e o MySpace - que são isentos de custo e fáceis de usar.

Kanter e Fine (2011, p. 10) destacam a existência de alguns mitos no emprego das redes sociais: nossos clientes não estão *online* (embora haja uma grande quantidade de usuários que acessam os serviços digitais as bibliotecas, ainda precisam se preocupar com aqueles que não têm acesso à Internet); estar frente a frente não é mais importante (a interação *online* ainda não é digna de confiança de alguns usuários de bibliotecas); a mídia social não é o centro de nosso trabalho (a

⁷ RSS – acrônimo de Really Simple Syndication, será descrita nas sessões seguintes sua aplicação nas bibliotecas.

mídia social pode sim fortalecer os relacionamentos e melhorar a presença da biblioteca perante os usuários); é difícil e consome tempo (apesar de haver um lado verdadeiro, a curva de aprendizado é o que consome mais tempo e, ao se transformar em hábito, as bibliotecas podem usufruir de algo mais que pode se encontrar na presença *online*).

Para reforçar essas definições, Secker (2008) observa que a expressão “*software social*” é utilizada pelo projeto *Libraries and Social Software in Education* (LASSIE), para descrever o desenvolvimento de novas ferramentas e serviços que modificaram o modo como as pessoas usam a Internet, tornando mais fácil colaborar, comunicar e compartilhar informações na rede. Para Secker (2008, p. 219), os educadores e profissionais que trabalham com adoção de tecnologias no ensino fazem parte de um grupo que facilmente se iniciam na exploração do potencial destes *softwares* sociais para o ensino e a aprendizagem. As ferramentas, como *blogs*, são usados para a reflexão, e *wikis* são permitidos para projetos em grupo e oferecem novas maneiras de trabalhar de forma colaborativa.

Segundo Smith (2007), de forma geral, é possível observar as sete características principais nas quais se apoiam os *softwares* sociais, as quais são: a) **identidade** – que nos oferece uma maneira de identificar as pessoas no sistema; b) **presença** – que é uma maneira de conhecer quem está *online*, disponível e próximo do usuário; c) **relacionamentos** – que é uma forma de descrever como dois usuários estão relacionados no sistema (ex: amigos, contatos, família); d) **conversação** – que oferece um espaço para falar com as pessoas do sistema; e) **grupos** – uma maneira de formar comunidades de interesse; f) **reputação** – uma forma de conhecer o *status* de outras pessoas no sistema (quem é um bom cidadão?, em quem posso confiar?); g) **compartilhar** – uma maneira de compartilhar coisas que tem um significado para os participantes do sistema (como fotos e vídeos). Nem todas estas características podem ser observadas nos *softwares* sociais. Pelo menos, três delas é possível ver conforme a figura 3.

Figura 3 – Sete características de *softwares* sociais



Fonte: Smith (2007).

Ao observar estas sete características propostas por Smith (2007), é possível fazer uma analogia para incorporá-las e, assim, propor o uso dos *softwares* sociais no espaço das bibliotecas. Stephens (2007) exemplifica cada uma delas: a) identidade – o BookSpace da Hennepin County Library permite aos usuários criar um perfil e personalizar listas de leituras⁸; b) presença – a Darien Library, incorporou o *software* de mensagem instantânea libraryh3lp na página de contatos da biblioteca, colocando o bibliotecário como ponto de entrada para muitos dos usuários de internet que acessam o portal da biblioteca⁹; c) relacionamentos – os estudantes fazem de amigos no Facebook o bibliotecário universitário na McMaster University¹⁰, na cidade de Ontario, província do Canadá; d) conversação – os usuários da biblioteca trocam histórias pessoais de seus bichos de estimação comentando na entrada sobre o livro “Marley e Eu” (“Marley & Me”, traduzido para o inglês) que está registrado no catálogo OPAC da Hennepin County Library¹¹; e) grupos – os adolescentes que jogam videogames trocam histórias e discutem sobre os torneios no *blog* criado pela Ann Arbor District Library¹². f) reputação – Brian Mathews bibliotecário da Georgia Tech University e autor do *blog* “The Ubiquitous Librarian”¹³, é consultado por estudantes via Facebook; g) compartilhar – os usuários da biblioteca pública de Charlotte Mecklenburg compartilharam imagens no programa “Flickr”¹⁴ durante a Semana Nacional de Bibliotecas.

Kroski (2008) ressalta ainda o que leva as pessoas a usarem as ferramentas da Web 2.0. Segundo ela a Web se tornou um ecossistema gigantesco, onde as pessoas com características sociais, econômicas e educacionais diferentes podem juntas formar comunidades de interesse, criar conteúdo *online* e ser ouvidas. Entre os benefícios oferecidos a bibliotecas e bibliotecários, Kroski (2008) menciona a criação de conteúdo nas bibliotecas para as áreas de *marketing*, colaboração, comunicação, instrução, treinamento e desenvolvimento de recursos.

As bibliotecas são instituições sem fins lucrativos. Neste sentido, Kanter e Fine (2011) observam que as ferramentas de mídia social, essenciais às organizações sem fins lucrativos, caem em cada uma das três categorias de uso, a saber: a) iniciadores de conversações como *blogs*, Youtube e Twitter; b) ferramentas de colaboração incluindo *wikis* e Google Groups; c) criadores de redes como sítio web de redes sociais, por exemplo, o Facebook, MySpace e o Twitter.

⁸ Endereço para o Bookspace da Hennepin County Library - Disponível em: <<http://www.hclib.org/pub/bookspace/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

⁹ Serviço de mensagem instantânea da Darien Library Libraryh3lp - Disponível em: <<http://www.darienlibrary.org/contact>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

¹⁰ Biblioteca da McMaster University - Disponível em: <<http://library.mcmaster.ca>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

¹¹ Comentários sobre o livro “Marley e Eu” na Hennepin County Library - Disponível em: <<http://www.hclib.org/pub/bookspace/discuss/?bib=1115372&ShowAll=Y>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

¹² *Blog* para adolescentes da Ann Arbor District Library - Disponível em: <<http://www.aadl.org/taxonomy/term/85/0?page=87>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

¹³ *Blog* de Brian Mathews - Disponível em: <<http://theubiquitouslibrarian.typepad.com>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

¹⁴ Flickr da biblioteca pública de Charlotte Mecklenburg - Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/plcmc/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

Conforme Thelwall, Buckley e Paltoglou (2011), o Twitter pode ser descrito como um *microblog* ou um sítio web de rede social. Ele é considerado um *microblog* porque a sua atividade central é a de “postar” mensagens de atualizações curtas (chamadas de *tweets*) via Web ou pelo telefone celular. O Twitter é também considerado um sítio web de rede social, porque os seus membros têm uma página com informações sobre o seu perfil e podem se conectar com outros membros por meio da capacidade de estar “seguindo” alguém (do inglês “*following*”), para assim ter acesso fácil ao conteúdo de outras pessoas.

De tal modo, Hicks e Graber (2010, p. 630) indicam que as ferramentas da Web 2.0 podem liderar uma mudança de paradigma. Além das mudanças tecnológicas óbvias, a Web 2.0 permite reconsiderar a criação e o desenvolvimento da informação e do conhecimento com base nos cinco “C”s de participação: comunidade, colaboração, criatividade, conversação e controle. De todo modo, este trabalho, apesar de fazer referência a *software* social, mídia social, rede social, tecnologia social e ferramentas da Web 2.0, todos com o mesmo significado.

2.2 Criação de conteúdo pelo usuário e a inovação em bibliotecas

Conforme já expressei, um fenômeno presente na Web 2.0 ou “Web Social” é a inteligência coletiva, que se exhibe em forma de arquitetura de participação, tendo como consequência a criação de conteúdo coletivo pelos usuários.

A pesquisa em torno da Criação de Conteúdo pelo Usuário (CCU) iniciou-se, conforme Garcia-De-Torres (2010), nos anos 1990, e estava centrada no desenvolvimento de opções de participação nas mídias. Nos Estados Unidos, a pesquisa sobre CCU abordava de maneira pioneira as questões sobre a qualidade e a credibilidade, considerando ainda que a introdução da Web supunha uma mudança no ato de interagir.

De acordo com a Organization for Economic Co-operation and Development – (OECD, 2007), a Criação de Conteúdo pelo Usuário (CCU), por definição, é para muitos um fenômeno não comercial, sendo criada sem a expectativa de lucro ou remuneração. Alguns fatores são motivadores deste fenômeno, que inclui entre os motivos a necessidade de conexão com os pares, a vontade de alcançar a fama, notoriedade ou prestígio, e de se expressar perante o público.

O quadro 5 mostra alguns tipos de conteúdo que podem ser criados pelo usuário junto com os exemplos. Neles é possível destacar textos, ficção e poesia, fotos digitais, música e áudio de eventos, vídeos caseiros e filmes, notícias conduzidas pelo próprio público, conteúdo educacional criado em escolas e universidades, conteúdo para telefones celulares ou dispositivos móveis, como, por exemplo, os *tablets* (OECD, 2007).

Quadro 5 – Tipos de conteúdo criado pelo usuário de internet

| Tipo de conteúdo | Descrição | Exemplos |
|---|---|--|
| Texto, ficção e poesia | Escritos originais ou expandidos de outros textos, novelas, poemas. | Fanfiction.net, Quizilla.com, Writel. |
| Fotos e imagens | Fotos digitais feitas por usuários e carregadas <i>online</i> ; fotos ou imagens criadas ou modificadas por usuários. | Fotos inseridas em <i>sites</i> como o Ofoto e Flickr; foto <i>blogging</i> ; imagens remixadas. |
| Musica e áudio | Registro e/ou edição de conteúdo de áudio pessoal e a publicação, sindicância, e/ou distribuição em formato digital. | Audio <i>mash-ups</i> , <i>remixes</i> , músicas caseiras em <i>websites</i> de bandas ou Páginas do MySpace, <i>podcasting</i> . |
| Vídeo e filmes | Registro e/ou edição de vídeo e a sua postagem. Inclui <i>remixes</i> de conteúdo existente, conteúdo caseiro, e a combinação dos dois. | Trailer de Filmes remixados; vídeo <i>blogs</i> e <i>videocasting</i> ; vídeos caseiros. <i>Sites</i> de exemplo YouTube e Google Video; Current TV |
| Notícias conduzidas pelo próprio público | Registro jornalístico sobre eventos atualizados por pessoas comuns que escrevem novas histórias, postam em <i>blog</i> , tiram fotos ou vídeos e postam eles <i>online</i> . | <i>Sites</i> como OhmyNews, GlobalVoices e NowPublic; fotos e vídeos de eventos; <i>blog posts</i> registrando um evento; esforço cooperativo como o CNN Exchange. |
| Conteúdo Educacional | Conteúdo criado em escolas, universidades, ou para o uso educacional. | <i>Sites</i> de compartilhamento de conteúdo da ementa como as H20; Wikibooks, e o OpenCourseWare do MIT. |
| Conteúdo para celular (dispositivo móvel) | Conteúdo criado em celulares ou outros dispositivos móveis (<i>tablets</i> , etc.) como mensagens de texto, fotos e vídeos. Geralmente enviado para outros usuários via MMS (<i>Media Messaging Service</i> -Serviço de Mensagem Multimídia), por <i>e-mail</i> , ou carregado para a Internet. | Vídeos e fotos de eventos públicos ou catástrofes naturais que a mídia tradicional não foi capaz de cobrir; mensagens de texto para candidatos que participam de eleições. |
| Conteúdo virtual | Conteúdo criado dentro de um contexto de um ambiente virtual <i>online</i> ou integrado a ele. Alguns mundos virtuais permitem criar conteúdo para ser vendido como, por exemplo o Second Life ¹⁵ . Jogos <i>online</i> criados por usuários. | Objetos virtuais que podem ser desenvolvidos e vendidos e ambientes virtuais como, por exemplo o Second Life que inclui roupas, casas, objetos de arte. |

Fonte: OECD (2007).

Esta análise do modelo de negócio e da cadeia de valor é, portanto, apenas uma visão geral de abordagens emergentes que devem ser revistas com o desenvolvimento do conteúdo criado pelo usuário. A cadeia de valor e o modelo de distribuição de conteúdo na Internet, criado pelo usuário, são aqui comparados, de forma simplificada, com a cadeia de valor de publicação de um livro (veja as Figuras 4 e 5, a seguir).

Esta comparação se aplica, principalmente, para conteúdo como texto, música, filmes e mídias similares, mas é menos aplicável para conteúdo criado em mundos virtuais. Desse ponto de vista, a cadeia de valor de publicação, em mídia tradicional, é caracterizada por um número de estágios, exemplificando: publicação e distribuição de conteúdo dependem de várias entidades que selecionam e possibilitam ao criador do trabalho, produzir e publicar, assim como um editorial escrito por um jornalista tem que ser recrutado por um jornal, um músico tem que assinar um

¹⁵ Mundo virtual Second Life: Disponível em: <<http://secondlife.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

contrato com uma gravadora, um poeta tem que encontrar uma editora para publicar um livro de poesia e um roteirista tem que submeter seu trabalho a um estúdio de cinema.

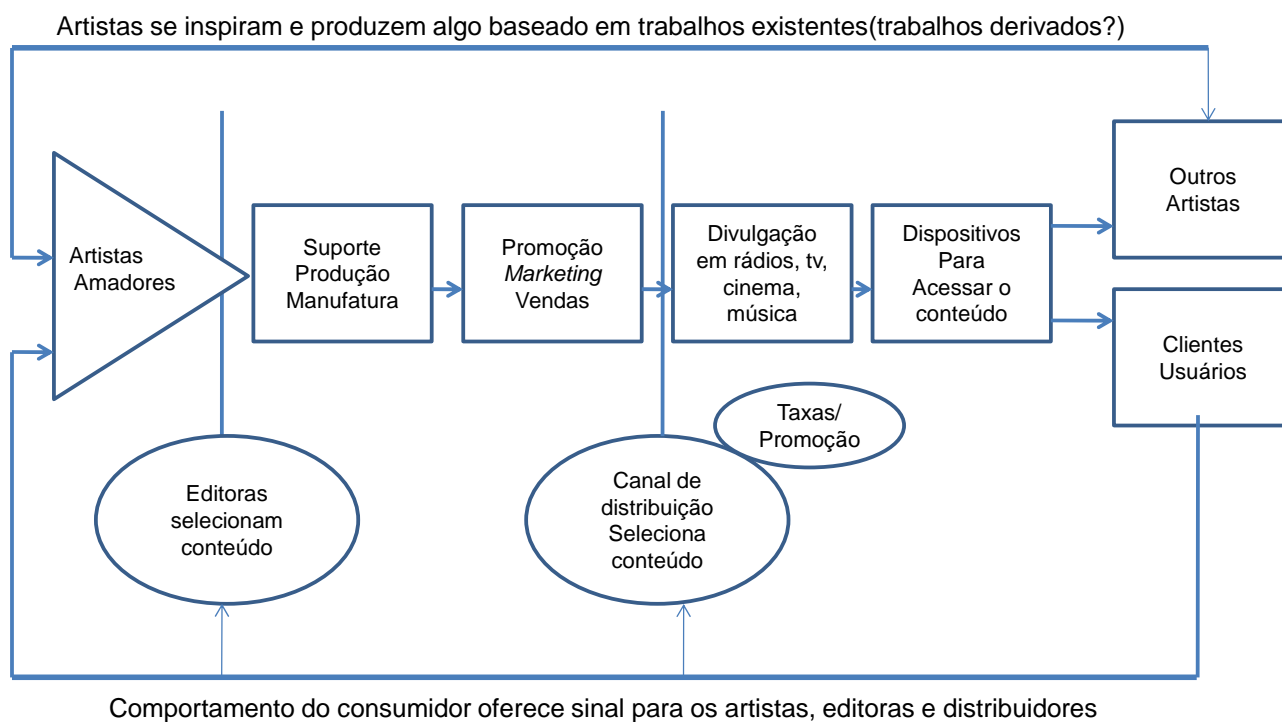
A criação do trabalho a ser publicado, e a sua distribuição física, são usualmente caras. As editoras selecionam conteúdo, e também oferecem assistência aos autores na produção, manufatura, na promoção e na seleção do melhor canal de distribuição.

Qualidade e conteúdo técnicos (embora um conteúdo de qualidade seja difícil de definir) são garantidos por coletores de informação tradicional. Em comparação ao potencial de fornecimento, somente poucos trabalhos fazem isto por meio da veiculação via TV, rádio, sendo distribuído na mídia em CD etc.

Os usuários, então, acompanham o conteúdo na televisão, leem um livro ou escutam um CD, usando dispositivos apropriados (ex: CD *player*, receptor de rádio), porém o número de canais de distribuição deve ser limitado para algumas plataformas; a televisão, por exemplo. O conteúdo é também pago pelo usuário que deseja consumir algo a mais (ex: assinatura de televisão a cabo), ou leva em consideração o conteúdo distribuído por meio de canais de promoção.

As preferências do usuário/cliente dão retorno às editoras no tocante ao conteúdo que irão publicar, e também como os artistas selecionam futuros conteúdos. Finalmente, os trabalhos influenciam na criação de outros trabalhos, como, por exemplo: músicos, roteiristas etc. são inspirados por trabalhos anteriores de outros.

Figura 4 – A cadeia de valor tradicional para a publicação de mídias/conteúdo



Fonte: OECD (2007).

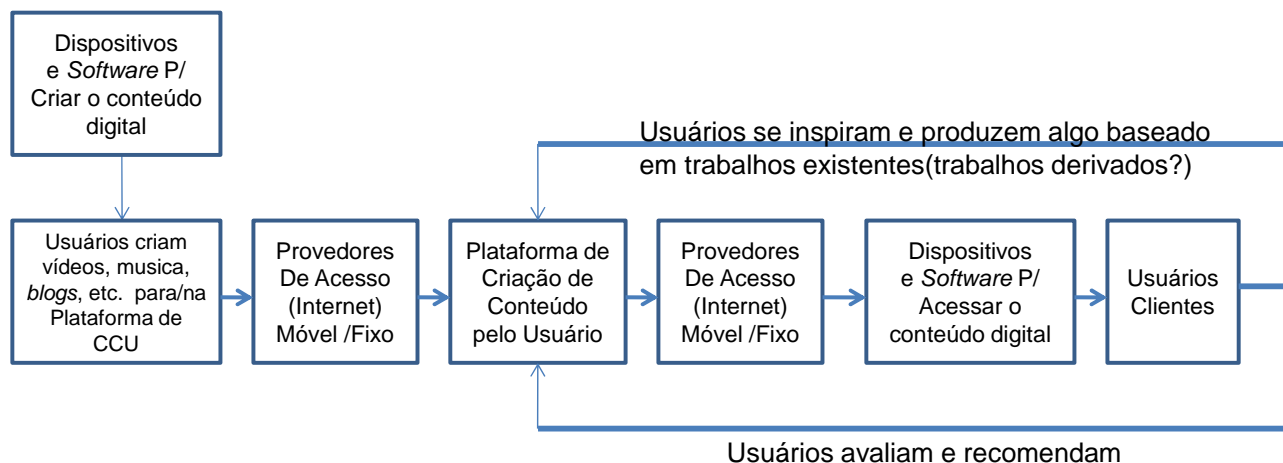
Em contraste, a figura 5 traz a cadeia de valor baseada na Internet para o conteúdo criado pelo usuário. O conteúdo é inicialmente fornecido sobre termos não comerciais pelos criadores, buscando potencial reconhecimento, fama ou recompensa financeira posterior.

Enquanto a CCU raramente pode ser um perfeito substituto para o conteúdo proveniente de uma mídia tradicional, ele cria valor para aqueles que são visitantes, tendo como evidência o tempo gasto pelos usuários para *download* e observação daquele conteúdo.

Embora o seu conteúdo seja livre, a CCU cria uma forte demanda por produtos comercializados como dispositivos, *software* e o acesso a *Internet* para criar e consumir este conteúdo. Na cadeia de valor baseada na Internet para a CCU, os usuários criam conteúdo para/ou sobre plataformas de CCU quando do uso destes dispositivos (ex: câmeras digitais, microfones), *software* (ferramentas de edição de vídeo, música, texto), para em seguida poderem acessar o provedor de *Internet*, objetivando criar e postar este conteúdo (conforme a Figura 5).

Todos os usuários com acesso à Internet são capazes de criar e publicar o conteúdo de forma ampliada, de maneira oposta ao modelo baseado na publicação de conteúdo tradicional e eles selecionam que conteúdo deverá ser publicado. Em alguns casos, usuários possuem um *blog* pessoal que não estão sobre uma plataforma de criação de conteúdo pelo usuário externo. Similarmente aos artistas na cadeia de mídia tradicional, os usuários são inspirados e criam, baseando-se em trabalhos – incluindo aqueles da mídia tradicional.

Figura 5 – A cadeia de valor baseada na Internet para a criação de conteúdo pelo usuário



Fonte: OECD (2007).

Segundo Williams *et al.* (2010), existem vários tipos de sítios *web* que estão utilizando revisões *online* que assim podem ser divididos em três categorias principais de sítios *web*, usando a Criação de Conteúdo pelo Usuário. Em dois extremos, os sítios *web* de instituições que vendem produtos e as redes sociais, numa outra categoria, a combinação de ambos que utilizam alguns elementos de redes sociais visando ao lucro. São os seguintes tipos:

- a) sítios web de comércio eletrônico: muitos incluem a possibilidade de o usuário comentar ou revisar acerca de produtos como os da Dell, HP e Toshiba, no caso dos eletrônicos, e os que um especialista fornece revisões, como o site de hotéis Hotwire¹⁶. No caso dos livros, a Amazon.com encontra-se também neste caso;
- b) sítios web de redes sociais: *sites* como o Youtube, Bebo e Facebook têm se proliferado e facilitado o contato social entre os usuários; e
- c) sítios web que são a combinação dos dois anteriores: o resultado da ação dos usuários facilitadores das redes sociais e os *sites* onde a informação e o conselho/recomendação pode ser obtido e ajudam na tomada de decisão. Um exemplo disso é o sítio web InMobile.org¹⁷ da indústria de redes sem fio. Estes sítios web frequentemente oferecem páginas de perfil dos profissionais apresentando seu próprio perfil, que servem para ajudar na escolha de um produto.

Ao observar o contexto da criação de conteúdo pelo usuário no espaço da Ciência da Informação, Marty e Kazmer (2011) indicam que muitas bibliotecas, arquivos e museus fornecem aos usuários ambientes de computadores com interação social, incluindo a capacidade de etiquetar/classificar as coleções, comentar objetos, e, de outra maneira, contribuir com seus pensamentos para uma base de conhecimento para a instituição.

Ainda de acordo com Marty e Kazmer (2011), os profissionais da informação reagem ao mundo da criação de conteúdo pelo usuário, desenvolvendo ferramentas de padrão aberto para coordenar estas atividades e pesquisar as melhores formas de envolver os usuários na cocriação do conhecimento digital.

Uma das formas de envolver o usuário é proporcionar os meios de engajamento ou participação na criação de conteúdo nas instituições. Li (2010) destaca o modelo de Pirâmide do Engajamento, onde cinco níveis – observando, compartilhando, comentando, produzindo e conservando o usuário - precisam ser alcançados e identificados para fazer com que as pessoas ajudem a criar conteúdo para a instituição. O primeiro nível é o que ela chama de “Observando” (em inglês, *Watching*), onde existem pessoas apenas observando. Existe uma parcela das pessoas que se envolve apenas pela observação, entram nas redes sociais, assistem a vídeos, leem *blogs*, mas não chegam a postar ou contribuir com o conteúdo.

Para engajar esses observadores, Li (2010) sugere que a instituição deve buscar informações sobre o cliente e criar ferramentas para gerar mais participação. Assim, a autora indica:

¹⁶ Site de Hotéis Hot Wire: Disponível em: <<http://www.hotwire.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

¹⁷ Site de Redes sem fios inmobile: Disponível em: <<http://www.inmobile.org/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

Quando você quer envolver as pessoas é necessário entender qual conteúdo elas estão consumindo, o que estão lendo, o que querem saber, se o conteúdo chega a elas ou não e qual o tipo de pessoa atraindo o conteúdo. Para isso, a instituição pode criar espaços e canais para gerar mais comentários e participação do público, seja pelo *site* institucional ou por outra plataforma de rede social.

O segundo nível da pirâmide é o “Compartilhando” (em inglês, *Sharing*), representando a forma como as pessoas compartilham as informações. “Por que as pessoas compartilham? A resposta é simples: porque elas se sentem bem por terem ajudado alguém e há muitas maneiras de estimular esse compartilhamento. Você pode pedir opiniões e incluir comentários nos produtos, por exemplo. Muitas instituições têm aberto espaços nos sites para receber sugestão sobre seus produtos e inovar a partir daí”, explica Li (2010).

O terceiro nível é relativo a tudo aquilo que se está “Comentando” (em inglês, *Commenting*), e é onde se dará o engajamento por meio dos comentários. Observe como está o *site* web institucional hoje, se nele existe espaço para comentários e interação; se a ferramenta é uma via de mão dupla, e se ajudará esta comunidade a se desenvolver.

No quarto nível da pirâmide, encontra-se o conteúdo que se está “Produzindo” (em inglês, *Producing*), direcionado a identificar e interagir com o público. Empresas como Walmart conseguiram, por exemplo, desenvolver um *blog* escrito por mães e não por eles. Por meio dos *posts*, a instituição consegue saber o que as consumidoras têm a dizer e desenvolver melhorias, salienta Li (2010), a especialista em redes sociais.

Finalmente, o último nível é o “Conservando” ou a “Curadoria” (em inglês, *Curating*), que gerencia e conserva o conteúdo, onde a moderação atinge um ponto estratégico. No meio dos membros da comunidade, é importante eleger algumas pessoas que atuarão como embaixadoras, com o papel de entender as necessidades, identificá-las e levá-las de volta à instituição. A figura 6 destaca cada uma das etapas.

Figura 6 – Pirâmide do engajamento



Fonte: Li (2010).

A necessidade de criar conteúdo requer um ingrediente inovador no espaço das bibliotecas. Rowley (2011) destaca o fato de que, em anos recentes, muitas bibliotecas estiveram envolvidas em uma gama de variados processos inovativos, simultaneamente. Para essa autora estes processos de inovação basicamente envolvem tipicamente três áreas de atividade: a) a geração de ideias e oportunidades; b) o teste conceitual e o desenvolvimento; e c) a implantação.

Assim, Rowley (2011) também sugere que as bibliotecas devem participar de processos colaborativos que proporcionem a inovação. Neste sentido, a autora observa que, mais recentemente, tem crescido o interesse pelo engajamento dos clientes e usuários em processos inovativos. O engajamento de usuários em inovação, frequentemente se refere à coprodução ou cocriação, que oferece um número de benefícios potenciais que incluem: a) a criação de ideias originais e valiosas; b) a intensificação do desenvolvimento de novos produtos; e c) um aprendizado sobre as necessidades dos clientes.

Rowley (2011) então sugere que, para as comunidades *online* serem uma fonte inesgotável de inovação para uma organização, esta necessita cultivar o engajamento e a contribuição feita pela comunidade, usando uma combinação de incentivos intangíveis, como o *status* baseado no reconhecimento pela participação ou a observação daquelas pessoas mais participativas, oferecendo opiniões e, possivelmente, incentivos tangíveis em forma de pagamentos.

Para completar o processo de inovação na biblioteca, a mesma autora sugere um modelo de estratégia para atingir a inovação. Este modelo é composto por um portfólio de inovação, a aptidão e a cultura para a inovação, a liderança na inovação, equipes que sejam criativas e inovadoras, processos de inovação, inovação aberta e o engajamento do usuário na inovação.

Este engajamento do usuário é uma das maiores inovações observadas na Web 2.0 e que, aqui neste trabalho, merece uma atenção quando se trata da interação dos bibliotecários com as ferramentas da Biblioteca 2.0. Neste sentido, para fazer distinção entre engajamento e interação, palavras muito utilizadas pelos autores que trabalham com este assunto, é importante distinguir cada um destes termos.

Segundo a definição do dicionário Aurélio¹⁸, interação é “uma ação que se exerce mutuamente entre duas ou mais coisas, ou duas ou mais pessoas”. Já engajamento, de acordo com o mesmo lexicógrafo, “é o ato ou efeito de engajar-se”, que significa “empenhar-se em dada atividade ou empreendimento”; para completar, o dicionário Houaiss¹⁹ destaca ainda que o engajamento “é a participação ativa em assuntos e circunstâncias de relevância política e social, passível de ocorrer por meio de manifestação intelectual pública, de natureza teórica, artística ou jornalística, ou em

¹⁸ FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa. 4 ed. Curitiba:Ed. Positivo, 2009.

¹⁹ HOUAISS, Antonio e VILLAR, Mauro S. Dicionário Houaiss da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009. 1986 p.

atividade prática no interior de grupos organizados, movimentos, partidos, etc.” e completa: “(...) empenho ético e político na realização de escolhas absolutamente livres e impreteríveis, por meio das quais o ser humano inventa a si mesmo e o seu mundo”.

Já quando se discute o processo de engajamento e interação nas redes sociais, Borges (2008) observa que as pessoas colaboram entre si, compartilham conteúdos, uma visão compartilhada a respeito de um assunto, assim, ele destaca quatro estágios distintos (e não lineares) de interação nas nestes espaços, são eles: engajamento, prestar atenção²⁰, interação e mensuração.

- a) engajamento: identifique quais são as comunidades/grupos de discussão existentes que estão alinhadas ao seu negócio (futuros clientes, parceiros de negócio, concorrentes, fornecedores etc.) e ao assunto que você deseja explorar. Uma vez identificadas, é preciso se engajar nelas, fazer conexões e investir seu tempo e conhecimento na articulação de relacionamentos;
- b) prestar atenção: prestar atenção ou escutar faz parte do engajamento; quando você presta atenção/escuta o que a comunidade fala, você aprende ou se informa sobre alguma coisa. Você poderá obter uma visão expressada pela comunidade como um todo e não só de uma pessoa;
- c) interação: quando nos engajamos numa comunidade, compartilhamos nossa visão e escutamos a comunidade (*insights*, ideias e opiniões). O ato de engajamento é um ato de interação; assim, é importante chamar a atenção para novos e diferentes assuntos relacionados à sua empresa; evitar incluir um *link* para conteúdo de venda de seus produtos/serviços; “postar” uma novidade relacionada aos seus produtos/serviços somente quando você tiver adquirido credibilidade junto a comunidade;
- d) mensuração: a mensuração de resultados das ações nas redes sociais tem crescido em um nível sofisticado. A medição dos resultados pode ser alcançada numa combinação de métodos qualitativos ou quantitativos. Algumas das ferramentas que ajudam nesta medição são elas: o Blogpulse²¹, o Buzzmetrics²², o Google Analytics²³, o Google Webmaster Tools²⁴, o Radian6²⁵, o Technorati²⁶, o Trendpedia²⁷, o Trendrr²⁸.

²⁰ A nossa tradução aqui para *Listening* (Escutando) gerou o Prestar Atenção.

²¹ A ferramenta de busca *Blog pulse* foi adquirida pela Nielsen Company e, à partir de janeiro de 2012, ficou indisponível.

²² Nielsen Buzz metrics: Disponível em: < http://www.nielsen-online.com/products_buzz.jsp?section=pro_buzz/>. Acesso em: 15 mar. 2013.

²³ Google Analytics: Disponível em: <<http://www.google.com/analytics/>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

²⁴ Google Webmaster Tools: Disponível em: <<https://www.google.com/webmasters/tools/>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

²⁵ Ferramenta de monitoramento Radian 6: Disponível em: <<http://www.salesforcemarketingcloud.com/>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

²⁶ Site Technorati: Disponível em: <<http://www.technorati.com/>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

Do mesmo modo, Yong-Mi e Abbas (2010) observam que a capacidade da Web 2.0 de disponibilizar aos usuários a possibilidade de se engajar com a biblioteca pode ser feita em duas vias de comunicação para a troca de conhecimento. Em vez de os usuários terem que ir fisicamente à biblioteca, é ela que torna disponíveis serviços para os usuários se comunicarem com ela via sítio web da biblioteca universitária.

Um dos serviços que possibilitam aos usuários a criação de conteúdo são os OPAC 2.0. Margaix-Arnal (2007a) observa que as bibliotecas universitárias contam com várias fontes que podem ajudar a enriquecer o catálogo OPAC 2.0: a) informação contribuída pelo usuário, de maneira consciente ou deliberada (ex.: resenhas ou comentários realizados sobre os documentos, as pontuações (em inglês, *rating*), as etiquetas (em inglês, *tagging*), etc.); b) informação derivada do uso do sistema, resultante dos registros feitos pelos usuários na utilização do catálogo e no restante dos serviços que requer um nível de privacidade dos dados do usuário (ex.: empréstimos de exemplares em que o documento foi guardado como favorito.); c) bibliografia das disciplinas, as referências obtidas da ementa do curso (em castelhano, *plano de estudios*) que estão no sítio web servem de previsão para atender às necessidades dos estudantes, embora algumas vezes esta informação não esteja incorporada ao catálogo para ser aproveitada no momento da busca; d) informação externa, produzida fora da instituição e pode ser útil para incluir no catálogo, como as resenhas de livros feitas pelas revistas científicas.

Essa possibilidade de engajamento ocorre, em parte, graças ao aparecimento de um novo grupo de usuários conhecidos como “Geração Y”, ou “nativos digitais”, porque nasceram já na Era da *Internet* e também na época da grande oferta de dispositivos de comunicação que a ela faz acesso. Estes usuários serão delineados na próxima seção.

2.3 A “Geração Y” como usuária de bibliotecas universitárias

As bibliotecas estão aumentando a adoção de tecnologias da Web 2.0 para projetar serviços que lhes permitem alcançar usuários em espaço virtual antes inalcançável. Isto permite aos bibliotecários direcionarem seus esforços para um segmento de usuários da população, os quais nunca visitaram a biblioteca para utilizar os seus serviços. Grande parte deste segmento da população cresceu com a *Internet*, e são frequentemente conhecidos como “nativos digitais”. (FOO; NG, 2008).

²⁷ Ferramenta Trendpedia: Disponível em: <<http://www.trendpedia.com/>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

²⁸ Ferramenta Trendrr: Disponível em: <<http://trendrr.com/>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

O modo de comunicação mudou dramaticamente em relação à geração antecessora. (GARDNER; ENG, 2005). De acordo com Evans (2009), muitas dessas expectativas de mudança refletem a natureza das experiências com a Web 2.0. Evans (2009) destaca ainda que a interatividade e a mobilidade são os aspectos mais óbvios e ativos desta mudança nos usuários de bibliotecas, e a sociabilidade é um aspecto importante da interatividade.

A consequência do surgimento deste tipo de usuário em bibliotecas está na crescente demanda de espaço para trabalho em grupo ou colaborativo. Além disso, houve também implicações no serviço de referência virtual. Neste caso, Gardner e Eng (2005) destacam que muitos estudantes perceberam a possibilidade de aprendizado a distância e, assim, usam a biblioteca remotamente desta forma. É importante que ela forneça o mesmo nível de qualidade de serviço oferecido no serviço de referência disponível na própria biblioteca.

A busca por informação modificou-se ao longo dos últimos anos, conforme observa Bates (2007). Enquanto os bibliotecários estão acostumados a consultar os recursos tradicionais presentes nas bibliotecas, como por exemplo, o catálogo OPAC, as bases de dados, ou até mesmo um livro, as gerações mais jovens, incluindo jovens da “Geração Y”, assumem a ideia de que qualquer informação de que eles precisam está disponível em algum lugar na Web.

Ao observar estes usuários e o desempenho das atividades de forma colaborativa, Alexander (2006, *apud* COUTINHO; BOTTENUIT, 2008) destaca que a Web Social é um dos aspectos mais relevantes da Web 2.0, na medida em que utiliza a Internet de modo colaborativo e descentralizado. Para esse autor, as principais características da Web 2.0 são: a Internet como plataforma; o fim do ciclo de lançamento de *software* (conhecido como “beta perpétuo”); interfaces ricas e fáceis de utilizar (o que enriquece o conteúdo); a possibilidade de muitos usuários acessarem à mesma página e editarem informação e o fato de o êxito do *software* depender do número de usuários que ajudam a aperfeiçoá-lo (sendo, desta forma, considerados coautores).

Blackburn (2011, p. 665) destaca que as ferramentas da Web 2.0 desempenham um papel importante para os jovens da geração “*Millenials*”, e essas características observadas nestas ferramentas não são apenas adotadas em sua vida cotidiana, mas, quase que naturalmente, trouxeram soluções para os problemas vividos no local de trabalho.

Por sua vez, Ahn (2011) revela que estudos recentes indicam que os jovens dos EUA gastam considerável porção do dia para interagir com redes sociais. Para reforçar isso um estudo exploratório nos EUA, em 2009, encontrou uma porção de 73% dos jovens *online* que usavam redes

sociais. Este número aumentou em 55% nos últimos três anos (LENHART; PURCELL; SMITH; ZICKUHR, 2010)²⁹ *apud* (AHN, 2011).

Zickuhr, Rainie e Purcell (2013) destacaram, numa pesquisa realizada no ano de 2012, com 2.252 norte-americanos com idade maior do que 16 anos, que estavam usando as bibliotecas para terem acesso à Internet, que dentre este público, 35% deles visitaram sítios web de redes sociais, especialmente aqueles que estão com idade entre 16 e 29 anos.

Para Shirky (2011), uma geração inteira cresceu com tecnologia pessoal, do rádio portátil ao PC, portanto era de se esperar que eles colocassem na nova mídia mecanismos para uso pessoal. O uso de uma tecnologia social, porém, é muito pouco determinado pelo próprio instrumento; quando usamos uma rede, a maior vantagem que temos é acessar uns aos outros.

Assim, cabe agora definir cada uma destas gerações de acordo com Neyer e Yelinek (2011), embora a literatura use muitas datas diferentes para determinar as gerações, algumas vezes conflitando. O trabalho de Strauss e Howe³⁰(1992) as diferencia:

- Geração “Silenciosa”, 1925–1942 (também conhecida como Geração “Tradicionalista” ou “*Belle Époque*”);
- Geração “*Baby Boom*”, 1943–1960 (também conhecida como Geração “*Boomer*”);
- Geração “12”, 1961–1981 (também conhecida como “Geração X” ou “*NextGen*”);
- Geração “Milênios”, 1982-2000 (também conhecida como “Geração Y” ou “nativos digitais”); e
- Geração “Novos Silenciosos”, depois de 2000 (também conhecida como “Geração Z”).

Conforme Foo e Ng (2008), os nativos digitais gostariam de criar, remixar e compartilhar conteúdo; eles esperam ser capazes de acessar informação quando e onde quer que ela esteja e também capazes de coletar e compartilhar informação em múltiplos dispositivos.

Tapscott (2010, p. 27) destaca quatro gerações norte-americanas que, segundo o autor, surgiram de 1946 até 2008, em destaque para a “Geração Y”, que é também chamada de “Geração Internet”, são elas:

1. Geração *Baby Boom* : de janeiro de 1946 a dezembro de 1964 – durou 19 anos, produzindo 77,2 milhões de crianças norte-americanas.
2. “Geração X” : de janeiro de 1965 a dezembro de 1976 – durou 12 anos, produzindo 44,9 milhões de crianças norte-americanas, também chamada “*Baby Bust*”.

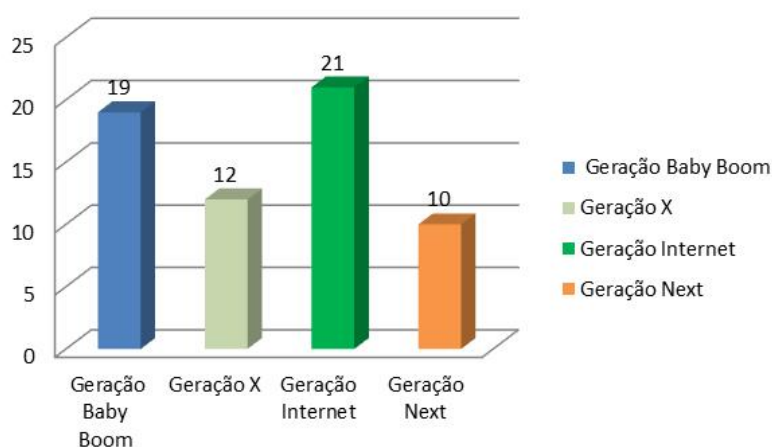
²⁹LENHART, A.; PURCELL, K.; SMITH, A.; ZICKUHR, K. Social media & mobile internet use among teens and young adults. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project, 2010.

³⁰STRAUSS, William; HOWE, Neil. **Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069**. Nova Iorque-EUA: Quill, 1992.

3. “Geração Internet” : de janeiro de 1977 a dezembro de 1997 – durou 21 anos, produzindo aproximadamente 81,1 milhões de crianças dos EUA, também chamada “Geração do Milênio” ou “Geração Y”.
4. “Geração Next” : de janeiro de 1998 até 2008 – dura dez anos, produzindo aproximadamente 40,1 milhões de crianças, também chamada de “Geração Z”.

A figura 7 representa a duração, em anos, de cada uma das gerações mencionadas por Tapscott (2010).

Figura 7 – Duração das gerações americanas



Fonte: Elaborada pelo autor.

Tapscott (2010, p. 27) menciona um fato interessante: uma das principais razões para a “Geração Internet” ter durado tanto tempo é o número de mulheres da geração “*Baby Boom*” que adiaram a gravidez até a faixa dos 30 ou 40 anos.

Apesar das outras gerações acima citadas terem contato com as tecnologias, Eteokleous (2011) diferencia dois grupos de indivíduos que estão lidando melhor com elas. São os chamados “nativos digitais” e os “imigrantes digitais”. Por um lado os “nativos digitais” se sentem por demais confortáveis no uso da internet e das ferramentas da Web 2.0, assim como, se divertem com jogos *online* e participam de sítios web de redes sociais (ex: Facebook, MySpace, Twitter), usando *email* e buscando informação, comunicando-se por meio de salas de bate-papo *online*, reunindo-se em *blogs* e fóruns de discussão, desenvolvendo enfim, os próprios sítios web, ou se tornando escritores em *wikis* etc. Por outro lado, os “imigrantes digitais” são aqueles adultos que evoluíram com a tecnologia. Para sobreviver, no entanto, eles se ajustaram a esta nova realidade e tornaram a tecnologia parte integral de suas vidas e frequentemente a utilizam em diversos propósitos - educacional, pessoal e/ou profissional.

Aguiar (2012) observa que uma vez não havendo consenso sobre os anos limítrofes de cada geração, a tabela 1 traz uma média das datas mais comuns, exibindo entre parênteses as concepções mais abrangentes e mais restritas de cada caso.

Tabela 1 – Síntese das gerações *Belle Époque*, *Baby Boomer*, X, Y e Z

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

Fonte: Aguiar (2012, p. 38).

Recentemente, Bloom (2013) destacou a expressão “híbrido digital”, que consiste de uma pessoa que tinha acesso limitado às tecnologias digitais durante a sua juventude, mas abraçou a tecnologia na faculdade ou na vida adulta como *hobby* ou profissão”. O autor sugere que existe uma distinção entre aqueles alfabetizados na tecnologia, os “nativos”, e aqueles que não o são, os “imigrantes”, que adquiriram conhecimento tecnológico por opção. Segundo Bloom (2013), os híbridos digitais têm uma combinação de forças e fraquezas tecnológicas dos nativos e dos imigrantes e têm uma capacidade singular para combinar processos automatizados e manuais, permitindo com isso se comunicar melhor com os “nativos” e os “imigrantes” digitais.

No Brasil, em relatório desenvolvido pela Escola do Futuro da Universidade de São Paulo, para pesquisa da Fundação Telefônica, Passarelli e Junqueira (2012, p. 300) observaram 18 mil crianças e jovens brasileiros entre seis e 18 anos que usam a tecnologia no seu dia a dia, chamados na pesquisa de “Geração Interativa”. O estudo mostrou que a interação com os aparelhos e tecnologias digitais penetra e se espalha pelo cotidiano destas crianças e jovens, constituindo-se em novos territórios digitais, nos quais os jovens tendem a preferir a interatividade mediada pelas telas, ao convívio pessoal e à materialidade física das experiências de ler, estudar e se entreter socialmente no interior dos seus lares. Passarelli e Junqueira (2012, p. 300) observaram ainda que, para a “geração interativa”, o uso das telas é redefinido pela sua integração, convergência e

multifuncionalidade. Embora a apropriação destes dispositivos que acessam a Internet já ocorra no Brasil, as diferenças socioeconômicas entre as regiões impactam na posse e acesso às telas. Isso em parte, decorre do fato de, em determinadas regiões, a infraestrutura e as condições socioeconômicas influenciarem hábitos e preferências culturais.

Em pesquisa da Pew Research Center's Internet & American Life Project, os autores Hampton *et al.* (2011) destacam que os usuários norte-americanos de todas as idades estavam utilizando a Internet e as redes sociais mais do que em 2008. O aumento no uso das redes sociais, contudo, foi mais percebido entre usuários desse País com idade acima de 35 anos.

Na Espanha, estudo realizado ali pela Fundación Telefónica (2013, p. 19) sobre a sociedade da informação, observa diversas tendências relacionadas com a realidade da Internet naquele local. Entre elas, pode-se destacar que o *smartphone* para os espanhóis se converteu no centro da vida digital pessoal em função da oferta de banda larga móvel pelas operadoras, permitindo com isso que os usuários estejam hiperconectados. Isso pode ser observado pelo indicativo de 63,2% dos usuários de dispositivos móveis na Espanha utilizarem um *smartphone*, número esse que situa os espanhóis na frente do Reino Unido (62,3%), França (51,4%), Itália (51,2%) e Alemanha (48,4%) (COMSCORE, 2012). Outro indicador relacionado pelo estudo da Fundación Telefónica (2013, p. 82-85) está relacionado ao uso das redes sociais para comunicação entre os usuários de dispositivos móveis, e pode-se constatar que continua o crescimento no uso das redes sociais, todavia o segmento jovem desse lugar para os usuários de meia-idade (entre 35 e 44 anos) cujo valor deste último alcança 17%. A rede Tuenti continua popular entre os jovens (entre 14 e 19 anos) e a rede Twitter se exhibe como aquela que mostra a maior taxa de crescimento (175% no plano global e 240% entre os mais jovens). Além deste indicador anterior, pode-se constatar o aumento da frequência de uso das redes sociais e as atividades que se realizam por meio delas. Isso contraria o aspecto negativo que fazia com que as redes sociais fossem malvistas, principalmente no desenvolvimento dos mais jovens, ao ser demonstrado pelos dados que as redes sociais tiveram impacto positivo nas relações para os seus usuários em diferentes âmbitos da sua vida familiar (41,5% positivo, 21,1% negativo), amigos (60,5% positivo, 21,1% negativo) e com colegas de trabalho e estudo (26,2% positivo, 21,1% negativo).

Isso pode ser relacionado à adoção de dispositivos móveis, segundo Reig e Vílchez (2013, p. 14), o uso dos dispositivos móveis, em particular os aparelhos inteligentes (em inglês, *smartphones*), representa uma autêntica mudança radical de cenário. Os autores complementam, exprimindo que o *smartphone* está se convertendo em um aparato especial para muitas pessoas, tanto em sua vida pessoal como profissional. O papel fundamental na mudança dos hábitos de acesso à Internet permite qualificar os *smartphones* como o dispositivo que está provocando uma

nova realidade. Isso pode ser percebido pelas atividades realizadas pelos norte-americanos proprietários adultos de dispositivos móveis, conforme os dados da tabela 2.

Tabela 2 – Atividades realizadas pelos americanos proprietários adultos de dispositivos móveis

| Atividade realizada em dispositivos móveis | Proprietários de Smartphones % | Proprietários de Outros dispositivos móveis % |
|---|--------------------------------|---|
| Enviar ou receber mensagens de texto | 92 | 59 |
| Fazer fotografias | 92 | 59 |
| Acessar a Internet | 84 | 15 |
| Enviar uma foto ou um vídeo | 80 | 36 |
| Enviar ou receber correio eletrônico | 76 | 10 |
| Descarregar uma aplicação | 69 | 4 |
| Jogar | 64 | 14 |
| Escutar música | 64 | 12 |
| Gravar um vídeo | 59 | 15 |
| Acessar rede social | 59 | 8 |
| Ver um vídeo | 54 | 5 |
| Carregar uma foto ou um vídeo a uma rede social | 45 | 5 |
| Realizar operações bancárias | 37 | 5 |
| Acessar ao Twitter | 15 | <1 |
| Participar de uma videochamada ou um <i>videochat</i> | 13 | 1 |
| Número médio de atividades realizadas | 9,0 | 2,5 |

Fonte: A. Smith (2011, p. 3).

Segundo Johnson (2010), os novos serviços *online* via web, frequentemente, se referem a mídias digitais, Web 2.0, ou redes sociais que modificam as possibilidades de envolvimento do usuário com a instituição. Por um lado, as pessoas discutem particularmente sobre produtos/serviços e marcas em fóruns de debate e comunidades. E os desenvolvedores dos produtos/serviços podem, com isso, participar destes espaços para obter o retorno dos usuários; de outro modo, quando pessoas que utilizam os serviços da Web 2.0, deixam vestígio daquilo que fizeram.

Assim sendo, Eteokleous (2011) analisa o impacto de um currículo social-virtual, utilizando como contexto as ferramentas da Web 2.0, em que os estudantes têm a chance de trocar experiências com jovens de outros países, e conclui que o impacto é positivo em função do interesse destes estudantes em participar de discussões socioculturais com membros de outros países, bem como no interesse na leitura de livros traduzidos de outra língua. Dessa forma, ele conclui que o desenvolvimento de uma comunidade virtual ajuntou valor a uma troca constante de pensamentos, ideias e experiências num cenário de tolerância e respeito entre os participantes.

Os bibliotecários que criam páginas web para jovens têm que aprender muito uns com os outros e também com as pesquisas sobre o uso de *Internet* por adolescentes. De acordo com Hughes-Hassel e Miller (2006), antes que os bibliotecários comecem a criar um sítio web, é necessário conhecer a idade do público-alvo, averiguar suas necessidades e expectativas e definir um objetivo coerente para o sítio web.

Para Miranda, Gualtieri e Coccia (2010), a nova geração de usuários da Web está influenciando as mentes e mudando hábitos dos desenvolvedores de *software* e de usuários finais.

Os usuários, bibliotecários, e demais serviços de informação podem com isso interagir de modo mais eficiente, criando informação adicional e conteúdo e concebendo, com isso, o conhecimento.

Do mesmo modo, Evans (2009, p. 27) completa: “[...] o novo usuário de biblioteca quer uma biblioteca que responda a um novo ambiente de informação. A biblioteca tem que deixar para trás hábitos dos Séculos XIX e XX para alcançar as demandas do Século XXI. Vocabulários controlados e centralizados darão lugar a *tags*”.

Assim, Cunha (2010) ressalta:

[...] a biblioteca universitária existe porque presta serviços de atendimento no *campus*, de forma presencial ou virtual. O atendimento presencial tenderá a decrescer à medida que os usuários passem a utilizar, de forma intensa e variada, as inúmeras ferramentas disponíveis na chamada Web 2.0.

O autor completa:

[...] os serviços de referência digital constituem um elo interativo entre duas pessoas (bibliotecário-usuário), apesar de haver uma redução deste tipo de atendimento no período de 1991-2007, ela agora é oferecida via bate papo em linha, correio eletrônico, redes sociais (entre elas o Twitter e o Facebook), telefone celular, telefone via internet (*IP phone*) e ainda via telefone fixo.

Neste sentido, é importante conhecer as redes sociais interativas para a comunicação com os jovens e também como se dá o comportamento de busca de informação na *Internet* por estes jovens. Existem numerosos exemplos delas, com esta quantidade crescendo constantemente.

Portanto, nas próximas seções deste trabalho poderá ser observada uma breve visão dos principais tipos de ferramentas 2.0. A característica-chave de qualquer mídia social é ser de fácil uso e costumeiramente gratuita. Assim, vale destacar os conceitos e aplicações inerentes às ferramentas da Biblioteca 2.0.

2.4 As ferramentas da Biblioteca 2.0

2.4.1 *Blogs* : ferramenta de comunicação e interação do bibliotecário com o usuário

De acordo com Bausch, Haughey e Hourihan (2002), *weblogs* são páginas que consistem de vários *posts* ou pedaços distintos de informação por página que são ordinariamente dispostos numa cronologia reversa do mais recente no topo da página para o mais antigo no seu rodapé.

Seguindo uma perspectiva histórica, os *blogs* surgiram conforme Clyde (2004) indica, quando foi desenvolvido o *software* Blogger³¹ disponibilizado pela Pyra Labs em 1999. Ainda Clyde (2004) destaca, porém que Kevin Werbach, escreveu em 2001, um artigo lembrando que páginas web pessoais e diários *online* tem coexistido desde o início da World Wide Web sendo o primeiro chamado de *Weblogs* em 1997, quando Jorn Barger a definiu em seu sítio web *Robot Wisdow*³² (BRANUM, 2003). De toda forma, todos concordam que os *blogs* se tornaram mais acessíveis e populares quando, em 1999, surgiu o *software* para a criação e editoração.

A abreviação da palavra “*Weblog*” para “*Blog*” ocorreu quando Peter Merholz, em 1999, anunciou em seu sítio web³³ que ele iria adotar a pronuncia “*wee-blog*” (BLOOD, 2000), que foi inevitavelmente abreviada para “*blog*” (FLEISHMAN, 2001).

Em 2004, o *Merriam Webster Online Dictionary* declarou *blog* a palavra número um do ano. De acordo com uma pesquisa da revista *The Economist* (2006), há um novo *blog* sendo criado a cada segundo todos os dias, na blogosfera, e isso dobra de tamanho a cada mês.

A efervescência em torno dos *blogs* fez crescer o seu uso em várias instâncias, seja nas empresas ou nas atividades pessoais. O sítio web Technorati apresenta anualmente uma pesquisa para saber o tamanho da blogosfera. As estatísticas mais recentes³⁴, do ano de 2010, que foram respondidas por 7200 blogueiros, indicam que 49% deles são provenientes de *blogs* dos EUA, 29% de *blogs* da União Europeia, Ásia e Pacífico 12%, México e Canadá 7%, e a América do Sul que representava somente 3% do total dos *blogs* monitorados por este sítio web. As estatísticas de 2012, segundo refere Z. Johnson (2012), mostravam que, nos Estados Unidos, havia 42 milhões de *blogs* criados na plataforma Wordpress, sendo que, se observamos outras plataformas de *blog*, a

³¹ Site Blogger : Disponível em: <<http://www.blogger.com>>. Acesso em: 18 abr. 2013. O *software* de *blogs* foi comprado posteriormente pela empresa Google.

³² Site Robot Wisdow Jorn Barger: Disponível em: <<http://robotwisdom2.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

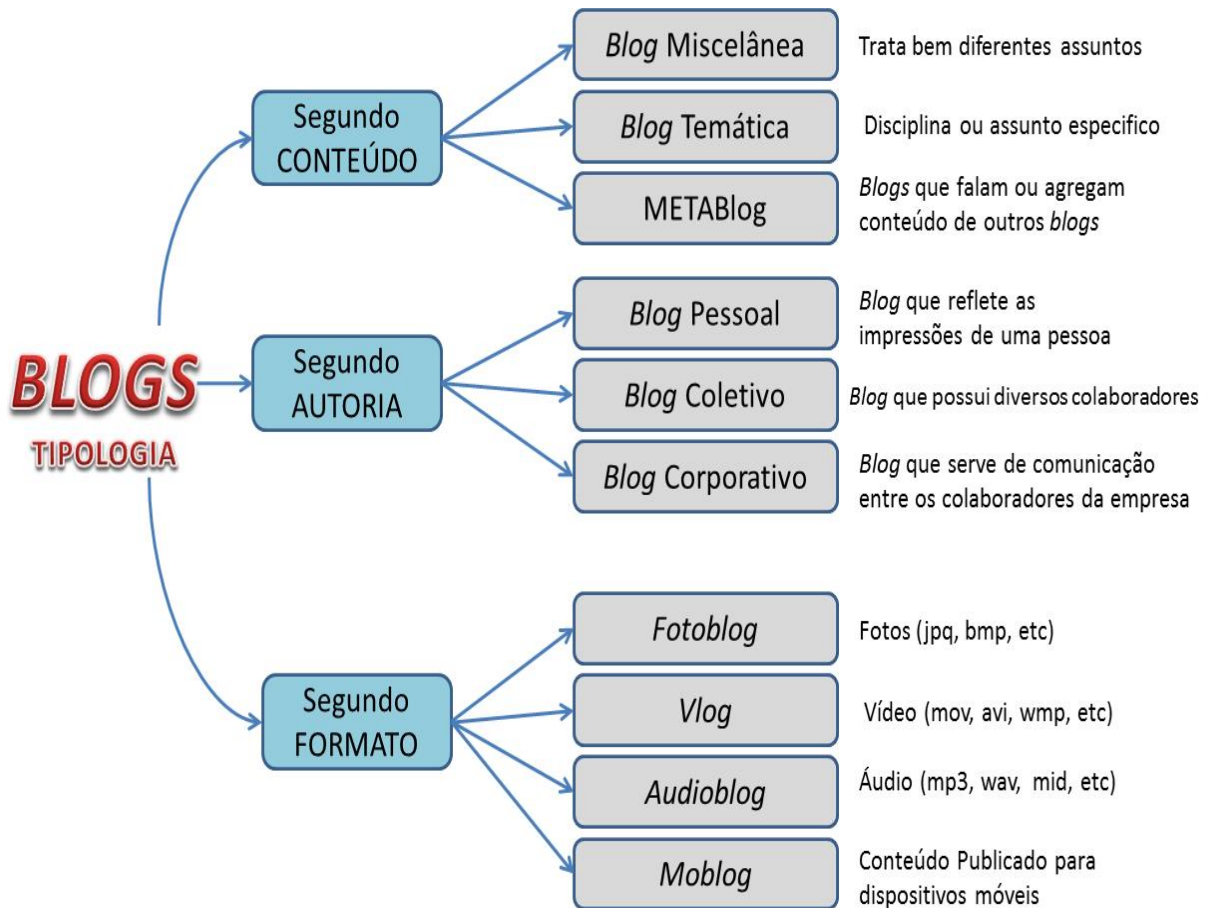
³³ Site Peter Merholz: Disponível em: <<http://www.peterme.com>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

³⁴ Estado da Blogosfera em 2010: Disponível em: <<http://technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogosphere-2010-introduction/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

distribuição indicava que 43% utilizavam Wordpress, 35% blogger, 16% Tumblr+Typepad+Posterous e 6% utilizavam outras plataformas.

Segundo Herrera Varela (2005), os *blogs* são classificados em diversos tipos: consoante o formato (que possui os tipos *áudioblog*, *vlog*, *fotoblog* e *moblog*); segundo a autoria pessoal, coletiva ou corporativa; conforme o conteúdo (miscelânea, temática ou *metablog*). Esta tipologia de Herrera Varela (2005) pode ser vista na figura 8.

Figura 8 – Tipologia dos blogs



Fonte: Herrera Varela (2005); adaptação nossa.

Existem, contudo, outras taxonomias adotadas para *blogs* que distinguem três tipos básicos de *blogs*: *filters*, *personal journals* e *notebooks*. O conteúdo dos *filters* é formado por assuntos que retratam algo externo ao autor (como exemplo, eventos mundiais e acontecimentos *online*), enquanto o conteúdo dos *personal journals* mostra o autor no seu mundo interno (pensamentos do autor e realizações pessoais), enquanto os *notebooks* são uma mescla dos dois anteriores, e são reconhecidos por uma redação mais longa e centrada (HERRING *et al.*, 2004).

Por último Herring *et al.* (2004) classificam quatro categorias que podem ser assim visualizadas: *journal*, *filter*, *k-log* e *mixed* que serão observadas com suas características no quadro 6, conforme resumo.

Quadro 6 – *Blogs* categorias e características

| Categoria | Características |
|------------------|--|
| <i>Journal</i> | O conteúdo publicado é relativo ao mundo interior do autor, como realizações pessoais ou pensamentos próprios. São conhecidos como diários <i>online</i> . |
| <i>Filter</i> | O autor do <i>blog</i> realiza uma navegação prévia em determinadas fontes na web e utiliza seu <i>blog</i> como filtro, publicando material que julga ser de interesse de seus leitores. Conta, normalmente, com referências (<i>links</i>) para a fonte utilizada. |
| K-log | <i>Blog</i> com a finalidade de disseminação de conhecimento. A informação publicada é normalmente primária. Os <i>k-logs</i> normalmente tratam sobre tecnologia. |
| <i>Mixed</i> | <i>Blog</i> pertencente a duas ou mais categorias. |

Fonte: (FERREIRA; DUQUE, 2007).

De acordo com Araújo P. (2009), a apropriação do sistema pelas pessoas tornou os *blogs* instrumento de comunicação social muito eficaz e de fácil acesso. O resultado disso é que passa a existir uma nova interação social dos sujeitos, que acontece por meio dos comentários, onde o fluxo de informação e comunicação é direcionado de acordo com a “postagem” do blogueiro.

Como consequência do crescimento do uso dos *blogs* pela sociedade, surgiram os *microblogs*, sendo um dos mais conhecidos o Twitter, segundo o sítio web Alexa³⁵. O Twitter foi considerado o nono colocado entre os sítios web mais populares do mundo, em setembro de 2011, contudo, em 2012, pesquisa da ComScore noticiada no sítio web TERRA TECNOLOGIA (2012)³⁶ mostrava que, apesar de ter uma versão em português, o Twitter não criou serviços. Assim esta falta de inovação pesava no seu decréscimo no número de acessos que caiu de 12,9 milhões em julho de 2011 para 9,7 milhões em julho de 2012.

O Twitter é uma plataforma de *microblog* porque tem como característica principal franquear ao usuário só *postar* texto com até 140 caracteres. Para Thelwall, Buckley e Paltoglou (2011), o potencial de socialização e disseminação da informação é grande, pois uma das características principais do Twitter é a possibilidade de fazer o *Retweet*, onde o usuário repassa um *tweet* para os seus seguidores (*followers*). Isto faz com que cada usuário que possui um grupo de seguidores diferentes repasse a informação da forma original ou a transforme em um novo formato, acrescentando ou diminuindo a informação.

Outra característica comunicacional interessante no Twitter é a *hashtag*. Segundo Efron (2011), a *hashtag* é uma *metatag* que se inicia com o caractere #, é projetada para ajudar outros usuários a encontrar um *post* ou um assunto, frequentemente marcando o tópico do *tweet* ou pretendendo obter audiência com os usuários.

³⁵ Alexa Top Sites: Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites>>. Acesso em: 17 set. 2013.

³⁶ TERRA TECNOLOGIA. Twitter tem queda de 24% em acessos no Brasil. 03 set. 2012. Disponível em: <<http://tecnologia.terra.com.br/internet/twitter-tem-queda-de-24-em-acessos-no-brasil,1b78201fd70ea310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em 20 mai. 2013.

Em termos ainda de características do Twitter, Naaman; Becker e Gravano (2011) destacam a possibilidade de acompanhamento de tendências por meio de conteúdo, produzido e compartilhado por uma região geográfica específica, que reflitam o interesse e o pensamento dos seus usuários, bem como daquilo que lhes chama a sua atenção. Assim, os autores identificaram características relacionadas às tendências que podem advir de fatores internos (endógenos) ou externos (exógenos) ao Twitter conforme a seguir:

Fatores Externos (Exógenos)

- I. Eventos difundidos pela mídia como um todo:
 - a. eventos difundidos pela mídia local: “ufc” (evento de artes marciais);
 - b. eventos difundidos pela mídia nacional ou global: “*Lost Finale*” (final do seriado *Lost*);
- II. Eventos de notícias globais:
 - a. notícias de última hora (Breaking News): “*earthquake*” (Terremoto no Chile), “Malvinas”;
 - b. notícias do cotidiano: “HCR” (health care reform – reforma dos planos de saúde);
- III. Feriados nacionais e dias especiais: “*Halloween*”, “*Valentine’s*”, “*Semana Santa*”, “*Dia Internacional del Libro Infantil y Juvenil*”; e
- IV. Eventos de participação local:
 - a. eventos planejados: “maratona”;
 - b. eventos não planejados: “chuva”, “neve em Madri”.

Fatores Internos (Endógenos)

- I. Memes³⁷: #enancib2011, “Luiza Canadá” (*Meme* referente à propaganda de uma construtora pernambucana que virou febre na internet);
- II. *Retweets*: (usuários repassam um *tweet* de um popular usuário);
- III. Atividades de uma comunidade de fãs: “2pac” (aniversário de morte do artista Tupac Shakur).

Fonte: Original de Becker e Gravano (2011) adaptado pelo autor.

Desta forma, as bibliotecas podem usufruir destas possibilidades de gerar tendências para promover eventos, dias nacionais ou internacionais voltados para a área de leitura, ou, quem sabe, ser notícia dentro de uma localidade geográfica.

Outro ponto relativo ao universo da Ciência da Informação, mais precisamente a recuperação da informação, envolve o uso destas redes sociais para detectar informação. De acordo com Efron (2011), a moderna recuperação da informação tem considerado o uso de vários tipos de novas mídias no sentido de ajudar as pessoas a encontrar informação que está aumentando em vários cenários. Entre estas novas mídias, podemos levar em consideração os *microblogs*; contudo, Efron (2011) observa que existem alguns problemas a serem discutidos para que a recuperação da

³⁷ *Meme*: é considerado uma unidade de evolução cultural que pode de alguma forma se autopropagar. Hoje em dia, um "meme" na internet é entendido popularmente como um conteúdo que vira febre e é reproduzido por todo mundo. (WIKIPÉDIA, 2012)

informação em *microblogs* tenha o êxito esperado; isto porque as pessoas buscam neles informação em dois sentidos: no primeiro, os usuários de *microblogs* emitem questões para os seus seguidores no sentido de que alguma pessoa possa responder a ela; no segundo, os usuários conduzem uma busca sobre o conteúdo de um *microblog* na esperança de descobrir uma informação relevante e preexistente. (SULLIVAN, 2009).

Assim, nos últimos anos, com a possibilidade de recuperar informação nos *blogs*, a sua popularidade evoluiu de forma constante. Segundo Sifry (2006) *apud* Goodfellow e Graham (2007), o número de *blogs* pessoais e institucionais aumentou drasticamente nos últimos anos. Para Goodfellow e Graham (2007), as razões primordiais para a popularidade dos *blogs* são: o *blog* é barato e livre para se produzir conteúdo; não requer *software* proprietário para ser instalado; não exige habilidades de especialista em computação; e seu conteúdo pode ser atualizado e facilmente disseminado; os leitores podem obter notificações instantâneas de novos *posts* usando a tecnologia RSS; e comentários do *blog* podem ser *postados* por qualquer um, produzindo um diálogo entre leitores e escritores.

Neste sentido, o conteúdo dos *blogs* apresenta algumas características interessantes. De acordo com Bar-Ilan (2005), frequentemente os *posts* de um *blog* (as entradas individuais) contêm *links* para sítios *web* ou *blogs*; estes *posts* têm o propósito básico de debater o conteúdo destes *links* ou, simplesmente, informar aos leitores do *blog* sobre a existência destes sítios *web*. Em outros tipos de *posts* de *blog* não existem *links*, ou seja, são simplesmente diários pessoais na *web*.

Esta capacidade de se conectar com outros sítios *web* e fazer comentários sobre outros conteúdo traz alguns benefícios. Segundo Hammond (2010), um dos benefícios da adoção de um *blog* pela biblioteca é informar aos seus usuários sobre os seus serviços permitindo ainda obter um *feedback* por meio dos comentários destes usuários. Além disso, os *blogs* permitem ao usuário fazer revisões sobre notícias que o bibliotecário publica no *blog* da biblioteca.

Existem, no entanto, algumas questões que precisam ser resolvidas quando se pretende adotar *blogs* em bibliotecas. Frequentemente, conforme Schrecker (2008), os bibliotecários são incapazes de atualizar o sítio *web* da sua biblioteca sem a ajuda de um especialista em tecnologia da informação do *campus* universitário e, assim, deixam de buscar opções no sentido de fornecer rápido acesso à informação para os seus usuários. Para complementar a questão, Schrecker (2008) mostra que há muitas diferenças entre *blogs* e uma página *web* comum; os *blogs* têm a capacidade de ser interativos e as páginas do sítio *web* comum são estáticas. Assim, Schrecker (2008) conclui, dizendo que, quando os *blogs* são utilizados junto com o sítio *web* da biblioteca universitária, eles são capazes de melhorar a presença da biblioteca na *web* e oferecem a oportunidade de conversação e comunicação.

Em termos de benefícios, McIntyre e Nicolle (2008, p. 688) observam, que tanto externa quanto internamente, um dos benefícios dos *blogs* para a biblioteca é a criação de um arquivo que pode ser pesquisado pelo *software* do *blog*. Isto se traduz numa fonte de conhecimento valiosa, que preserva a informação institucional e a torna disponível de acordo com sua necessidade. A figura 9 mostra dois exemplos de arquivos em *blogs*. O lado esquerdo expressa a sequência mensal sem a quantidade de itens e o lado direito exibe com a quantidade de itens postados.

Figura 9 – Arquivo de *posts* do Wordpress e do Blogger



Fonte: Elaborada pelo Autor.

O resultado destes benefícios, de acordo com McIntyre e Nicolle (2008, p. 688), é que, nas bibliotecas universitárias, a oferta de serviços remotos está aumentando e, assim, os clientes não precisam visitar a biblioteca fisicamente; com isso, as redes sociais oferecem oportunidade de fazer conexões e desenvolver conversações com um público selecionado.

Assim, para estabelecer uma linha de trabalho dos bibliotecários com as redes sociais, Cooper e May (2009, p. 90) destacaram em uma pesquisa numa biblioteca universitária, onde cada bibliotecário na universidade compartilha serviços de referência, instrução/formação de usuários e função no desenvolvimento de coleção e, também, a prática comum de escrever no *blog*. Neste sentido, o diretor da biblioteca universitária decidiu que escrever (*post* em inglês) no *blog* é um projeto compartilhado por todos os bibliotecários. É importante notar que algumas bibliotecas brasileiras estão adotando modelo diferente deste, pois no Brasil a função de publicar uma notícia se torna algo institucional onde tudo tem que passar pelo crivo de um funcionário que, na maioria das vezes, faz parte de um setor de comunicação e, assim, tem a profissão de jornalista.

Ainda sob este enfoque da biblioteca universitária, McIntyre e Nicolle (2008, p. 683), verificaram, em um estudo na Universidade de Canterbury, na Nova Zelândia, que esta oferece duas possibilidades de comunicação para os *blogs* nas bibliotecas, sendo o *blog* interno usado para comunicar e gerenciar a informação para os funcionários do sistema de bibliotecas, enquanto um *blog* externo serve para comunicar o conteúdo e atualizar os serviços da biblioteca junto à comunidade acadêmica. Neste tipo de modelo, é possível então utilizar um setor de comunicação institucional para trabalhar no *blog* externo.

Portanto, ao iniciar um projeto de adoção de redes sociais, alguns aspectos devem ser observados. Segundo Andergassen *et al.* (2009), quatro pontos principais poderiam ser identificados como motivadores para iniciar um *blog*: a) escrever - em geral, escrever/publicar na Internet é um fator base para iniciar um *blog*; b) tecnologia - poucos estudantes originalmente têm interesse em testar novas tecnologias. Há uma diferença entre querer testar uma nova tecnologia e ter que testar uma nova tecnologia por questões de trabalho; c) comunicação - quando se está distante, o *blog* é visto como uma ferramenta adequada para se comunicar com amigos/família; d) socialização - para fazer contatos sociais em plataformas da web, é muito importante direcionar muitos estudantes para fazer o engajamento na Internet.

Alguns aspectos preponderantes, contudo, foram também observados por Andergassen *et al.* (2009). Neste sentido, três razões são vistas como fatores condicionantes para prevenir estudantes com o uso de *blogs*: a) falta de informação - é um fator na hora de decidir por usar um *blog*; b) falta de urgência e comunicação pessoal - aqui os *blogs* são comparados a serviços de mensagem instantânea como o MSN³⁸, que é o preferido pelos estudantes; c) perda da privacidade por meio de *blogs* - ao usar um *blog*, várias pessoas ao exporem sua privacidade, acabam ficando expostas.

Ainda em termos de considerações importantes sobre *blogs*, algumas razões sugerem, de acordo com Andergassen *et al.* (2009), por que muitos estudantes param de usar o *blog*: a) falta de privacidade e imediatismo - pode ser explicada porque muitos estudantes preferem utilizar serviços de mensagens instantâneas em vez de usar *blogs*; b) interface do *software*: há indícios de que a interface do *blog* não é intuitiva o suficiente; c) falta de interação - ao perder a interação com os usuários que seguem o *blog*, o autor para de atualizá-lo constantemente. Assim, é necessário que se tomem medidas para evitar este tipo de situação nos *blogs* de bibliotecas, para que eles deixem de ser utilizados como ferramenta de comunicação.

Em termos de aspectos positivos, Draper e Turnage (2008) destacam que as BU estão usando *blogs*, com algumas experiências mais exitosas do que outras. Os *blogs* de bibliotecas que

³⁸ MSN – Microsoft Network – Serviço de Mensagens Instantânea da Microsoft

são populares possuem normalmente os seguintes temas: notícias e eventos; *marketing* em bibliotecas; e comunicação interna.

No Brasil, algumas bibliotecas já adotam estes conceitos, como, por exemplo, o *blog* da Biblioteca da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (USP-ECA)³⁹, que possibilita aos usuários postarem uma notícia e também informa algo sobre a biblioteca, o horário de funcionamento, como chegar, novas aquisições de filmes, discos, imagens, livros, TCC e partituras. Além disso, o *blog* traz *links* para o Twitter da biblioteca da ECA USP e organiza as informações por serviços, produções da Escola e Assuntos Gerais conforme a figura 10:

Figura 10 – Blog da biblioteca da ECA USP



Fonte: USP ECA BIBLIOTECA (2012).

Outra ferramenta que tem a filosofia da Web 2.0, e que se confunde muitas vezes com os *blogs*, são as *wikis*. Na seção a seguir, destacaremos suas particularidades e benefícios no sentido de expandir o nível de aprendizado nas bibliotecas.

2.4.2 Wikis : espaço de aprendizagem e trabalho colaborativo em bibliotecas

Uma *wiki* é um grupo de páginas da *web* que permite ao usuário adicionar conteúdo similar para realizar um fórum de discussão ou um *blog*, mas também permite que outras pessoas editem o conteúdo.

³⁹ Blog Biblioteca ECA-USP: Disponível em: <<http://bibliotecadaeca.wordpress.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

Segundo Robertson *et al.* (2008) em março de 1995, Howard G. Ward Cunningham desenvolveu a primeira *wiki* para fornecer uma plataforma para discussões de forma colaborativa por meio de uma linguagem-padrão. De acordo com Robertson *et al.* (2008), Cunningham denominou-a de "*wiki*", baseado na sua experiência com um ônibus rápido (*wiki*) utilizado no Aeroporto da cidade de Honolulu, no Havaí - EUA.

Uma das mais conhecidas *Wikis* é a enciclopédia virtual Wikipédia. Em 23 de setembro de 2013, a Wikipédia possuía no seu sítio eletrônico⁴⁰ uma lista completa com o número de artigos por línguas, sendo que na inglesa havia 4.333.394 artigos publicados, seguido da holandesa - com 1.697.249 - e da alemã com 1.633.128 artigos, enquanto os artigos publicados na língua portuguesa totalizavam 798.989, conforme a tabela 3.

Tabela 3 – Quantidade de artigos por língua na Wikipédia

| Posição | Língua | Domínio | Qtd artigos |
|---------|-----------|---------|-------------|
| 1 | Inglês | en | 4.333.394 |
| 2 | Holandês | nl | 1.697.249 |
| 3 | Alemão | de | 1.633.128 |
| 4 | Sueco | sv | 1.587.801 |
| 5 | Francês | fr | 1.429.081 |
| 6 | Italiano | it | 1.065.914 |
| 7 | Espanhol | es | 1.047.176 |
| 8 | Russo | ru | 1.046.374 |
| 9 | Polonês | pl | 999.605 |
| 10 | Vietnamês | vi | 876.491 |
| 14 | Português | pt | 798.989 |

Fonte: Wikipédia (2013).

Este autor, contudo, faz ainda algumas considerações quanto à confiança da informação contida na Wikipédia. Segundo Fallis (2008) a qualidade da informação fornecida é discutível em vários aspectos, mesmo assim muitas pessoas utilizam esta enciclopédia como fonte de informação.

De acordo com Laughton (2011), a geração de conteúdo pelo usuário está no cerne da Web 2.0, que oferece como resultado a mudança na perspectiva como usamos e interagimos com a internet. A incorporação da Web 2.0 em sistemas de aprendizado virtual (*e-learning*⁴¹) exprime novas possibilidades.

⁴⁰ Lista de Artigos Wikipedia por Língua: Disponível em: <http://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias>. Acesso em: 23 set. 2013.

⁴¹ *E-learning*: apesar de não ser um conceito novo, ele apresenta diversos cenários. Para Laughton (2011) um das ideias do *e-learning* é que ele é usado para descrever o processo completo da entrada/cadastro até a certificação final, que implica pequena ou nenhuma interação com o curso universitário. De outro modo, é um ambiente que disponibiliza um conteúdo onde os estudantes são encorajados a interagir, investigar e melhorar a aprendizagem em conjunto.

Duffy (2008) destaca o fato de que uma *wiki* também oferece a possibilidade de interagir com um documento acima do tempo. Ela permite a professores e alunos observar a evolução da escrita do texto, e continuamente comentar sobre ele, muito mais do que oferecer somente comentários. Ela complementa, afirmando que os *blogs* e *wikis* fornecem um significado para encorajar e tornar visível o construtivismo social do conhecimento, que é responsabilidade dos professores para se envolver com ferramentas, cujo uso beneficie alunos e também professores.

De igual maneira, para complementar a diferença entre *blogs* e *wikis*, Watson e Harper (2006) ressaltam que os *blogs* são frequentemente referidos como diários *online*, porque seus *posts* são dispostos por data, onde somente um colaborador pode adicionar conteúdo, embora *posts* possam ser abertos para comentários pelos leitores do *blog*. Já o conteúdo das *wikis* não necessariamente é disposto por data. Uma *wiki* consiste de páginas HTML que podem ser editadas por qualquer um, porém é possível restringir o número de pessoas que possam editar, mas a premissa por trás da *wiki* é a colaboração *online*.

Assim, em termos educacionais Duffy (2008) identifica alguns benefícios para as *wikis* que são:

- os estudantes podem usar uma *wiki* para desenvolver projetos de pesquisa atuando na documentação em andamento do seu trabalho;
- uma *wiki* pode ser usada por estudantes para adicionar um sumário dos seus pensamentos prescritos em leituras, construindo uma bibliografia anotada que seja colaborativa;
- em ambientes de ensino a distância, o instrutor pode publicar material de curso como o programa e o material de ensino, e os estudantes podem editar e comentar diretamente o assunto;
- as *Wikis* podem ser usadas como uma base de conhecimento para professores, disponibilizando e compartilhando reflexões e pensamentos contribuindo com práticas de ensino e permitindo controlar a versão e a documentação;
- as *Wikis* podem ser utilizadas para facilitar a apresentação no lugar de um *software* convencional;
- as *Wikis* são ferramentas para a autoria em grupo de um documento; e
- as *Wikis* podem ser usadas para a avaliação de um curso e permitem aos estudantes escrever revisões dos cursos que estejam participando de forma colaborativa.

Ainda sob o enfoque acadêmico, de acordo com Barsky e Giustini (2007), as *wikis* mais recentemente são utilizadas por estudantes, como ponto de partida para pesquisas e também como espaço de compartilhamento de conhecimento. O uso potencial das *wikis* inclui ainda a possibilidade de fazer *brainstorming*, gestão de projetos, gestão do conhecimento e como espaço colaborativo para a criação de um documento. Barsky e Giustini (2007) acrescentam ainda como possíveis aplicações para as *wikis*:

- guias de assunto – a biblioteca pública do condado de Saint Joseph (Saint Joseph County Public Library) nos EUA, usa *wikis* para criar, atualizar guias de assuntos;⁴²
- planejamento de projetos – um grupo de bibliotecários da Universidade de British Columbia criou uma *wiki* para inserir material para o ensino de ferramentas da Web 2.0;⁴³
- manual de políticas – uma *wiki* chamada “Library Success: a Best Practices Wiki”⁴⁴ foi criada para compartilhar implementações bem sucedidas de novas ideias e todo tipo de informação para bibliotecários. Coordenada por Meredith Farkas, esta *wiki* veio a ser um local para compartilhar políticas, histórias de sucesso e estudos de caso; e
- recursos para treinamento – Em 2007 uma conferência da Associação de Bibliotecas da Área de Saúde (Canadian Health Library Association) criou uma *wiki*⁴⁵ como manual e ponto inicial de treinamento sobre as ferramentas da Web 2.0.

Segundo Chu (2009), enquanto as vantagens da aplicação de uma *wiki* em uma biblioteca universitária estão claramente expressas pelos bibliotecários, existem limitados estudos empíricos sobre o seu uso em bibliotecas universitárias. Para Chu (2009), o propósito para se adotar *wikis* em bibliotecas é essencialmente determinado pelo nível de controle exercido nos usuários para leitura e edição de conteúdo, enquanto que a comunicação com a comunidade pode ser iniciada com uma *wiki*; é essencial ter certeza da qualidade de cada informação.

Assim, Chu (2009) destaca duas ferramentas *wiki*, a MediaWiki⁴⁶ e a PBWiki, como as mais adotadas pelas bibliotecas pesquisadas pelo autor, sendo que as razões para utilizar uma ferramenta *wiki* são facilitar a coconstrução de páginas *web*, melhorar o compartilhamento de informação entre os bibliotecários, poder arquivar diferentes versões de um trabalho *online* e aumentar a velocidade de atualização das páginas *web*.

Para Chu (2009), entretanto, algumas dificuldades podem ser detectadas no tocante à baixa utilização de *wiki* em bibliotecas, a saber: a pequena participação de usuários em razão da falta de familiaridade com a edição da ferramenta, a pouca experiência do próprio bibliotecário com este tipo de ferramenta e o tempo para desenvolver o ambiente onde se encontra a *wiki*.

Em termos empíricos, de acordo com Luyt *et al.* (2010), um estudo realizado na Biblioteca Nacional de Singapura para observar a percepção dos bibliotecários com o uso da Wikipédia, indica que muitos acreditam ser a enciclopédia *online* muito mais uma oportunidade do que uma ameaça. Isto porque ela poderia ser considerada uma ameaça em função de os usuários nela buscarem

⁴² *Wiki* Biblioteca Publica Saint Joseph: Disponível em:

<http://www.libraryforlife.org/subjectguides/index.php/Main_Page>. Acesso em: 05 nov. 2013.

⁴³ *Wiki* Planejamento de Projetos British Columbia: Disponível em: <<http://tots.pbworks.com>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

⁴⁴ *Wiki* Manual de Politicas: Disponível em: <<http://www.libsuccess.org>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

⁴⁵ *Wiki* Recursos para treinamento: Disponível em: <<http://hlwiki.slais.ubc.ca>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

⁴⁶ Ferramenta *Wiki* MediaWiki: Disponível em: <<http://www.mediawiki.org/wiki/MediaWiki>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

informações diretamente sem fazer qualquer consulta ao profissional da informação; porém, os bibliotecários pesquisados acreditam que a complexidade e a natureza da informação envolvida numa busca ainda requeiram um profissional para recuperá-la, e, franqueando aos bibliotecários a oportunidade de colaborar e participar em plataformas como a Wikipédia, assegurando-lhes, dessa maneira, promoção profissional.

Allan (2007) ressalta que as *wikis* podem também ser usadas como plataforma colaborativa, podendo ser utilizadas pelos bibliotecários para gerenciar o seu trabalho em programas de instrução ou formação de usuários oferecidos pela biblioteca. Esta página *wiki*, de acordo com Allan (2007), pode ser acessada por usuários convidados para compartilhar documentos, textos, e assim armazenar comentários sobre as aulas, formando um guia de fontes com material constantemente atualizado.

No Brasil, o trabalho científico de Gonçalves, Conceição e Luchetti (2010) destaca o uso da Wikipédia para apresentar uma página *wiki* com o histórico da biblioteca, imagens e dados estatísticos relevantes, direcionado à divulgação de serviços e também da memória institucional da Biblioteca Florestan Fernandes da USP⁴⁷. Segundo esses autores, para compor o conteúdo inicial da página, foram coletadas informações históricas, fotos e documentos da biblioteca, obtidos principalmente em *folders* e relatórios fornecidos pela Diretoria e Serviços da Biblioteca, conforme pode ser visto na figura 11.

Figura 11 – Página *Wiki* da biblioteca Florestan Fernandes USP



Fonte: Wikipédia (2011).

⁴⁷ Wiki da biblioteca Florestan Fernandes: Disponível em:

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Biblioteca_Florestan_Fernandes>. Acesso em: 05 nov. 2013.

De acordo com Robertson *et al.* (2008), um projeto realizado pelos bibliotecários da Biblioteca Biomédica Americana identificou muitos serviços *wiki* oferecidos na *web*, que atendiam as suas necessidades. Assim, eles selecionaram quatro ferramentas para avaliação, a saber: PBwiki⁴⁸, Wetpaint⁴⁹, Wikidot⁵⁰, e Wikispaces⁵¹, para testar características que incluíam confiança, flexibilidade no *design*, espaço de armazenamento e o local. Deste modo, a escolhida entre as quatro foi a Wikidot.

Murray *et al.* (2009) destacam que nessa linha de *wikis* para Medicina, algumas populares nos EUA são a AskDrWiki⁵², Ganfyd⁵³ e Medpedia⁵⁴, as quais propiciam maior desenvolvimento de publicações na área da Medicina.

Para finalizar, Robertson *et al.* (2008) indicam que há um aumento no uso das *wikis* em bibliotecas; algumas são de uso interno ou fechado, enquanto outras permitem o acesso público. Em nível privativo ou interno, as *wikis* são comumente usadas para escrever projetos, estruturar o planejamento organizacional, dispor conteúdos de eventos realizados pela biblioteca, e outros projetos de colaboração similares.

Na seção seguinte, o leitor poderá observar como os bibliotecários estão explorando as redes sociais em bibliotecas, destacando o potencial desta ferramenta de comunicação das bibliotecas com os usuários. Em destaque, o leitor poderá ver o potencial do Facebook como ferramenta de comunicação utilizada pela biblioteca para se aproximar de seus usuários.

2.4.3 Redes Sociais: espaço de comunicação da biblioteca com os usuários

Em anos recentes os sítios web das bibliotecas estão mudando a sua estrutura e conteúdo, com a introdução das redes sociais presentes na Web 2.0 e a utilização cada vez maior por adolescentes que fazem parte da Geração Y.

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos) e suas conexões (WASSERMAN; FAUST, 1994; DEGENNE; FORSÉ, 1999 *apud* RECUERO, 2005).

Consoante Aguiar e Modesto (2010), é importante esclarecermos que o Facebook, o Orkut, o MySpace e o Ning não são redes sociais, são ferramentas, são suportes para as interações que

⁴⁸ Ferramenta Wiki Pbwiki agora é chamada PBWorks: Disponível em: <<http://www.pbworks.com>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

⁴⁹ Ferramenta Wiki Wetpaint: Disponível em: <<http://www.wetpaint.com>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

⁵⁰ Ferramenta Wiki Wikidot: Disponível em: <<http://www.wikidot.com>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

⁵¹ Ferramenta Wiki Wikispaces: Disponível em: <<http://www.wikispaces.com>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

⁵² Wiki de Medicina AskDrWiki: Disponível em: <<http://askdrwiki.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

⁵³ Wiki de Medicina Ganfyd: Disponível em: <<http://www.ganfyd.org>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

⁵⁴ A Wiki de Medicina Medpedia foi descontinuada por problemas de conteúdo.

constituem as redes sociais. Os *sites* de redes sociais da *Internet* proporcionam conexões para as pessoas, mas, em última análise, são as pessoas que constroem as redes. Esses *sites*, portanto, expressam as redes e, com isso, as influenciam (RECUERO, 2009a).

De acordo com Boyd e Ellison (2007), as redes sociais *online* são serviços baseados na *web* que permitem ao indivíduo: 1) construir um perfil público ou semipúblico destinado a um sistema; 2) articulado com uma lista de outros usuários com os quais ele compartilha uma conexão; 3) tendo em vista uma conexão com aqueles que fazem parte do sistema.

As plataformas de redes sociais podem ser classificadas segundo vários critérios. Farkas (2007) indica que as redes sociais podem se diferenciar pela idade dos seus integrantes, e para Arroyo Vázquez (2008) conforme as motivações do usuário e os propósitos da rede social em questão, considerando três grupos:

- redes sociais de caráter geral - orientadas a temas pessoais ou de lazer, onde se destacam MySpace, Facebook, Orkut, Hi5;
- redes sociais profissionais - orientadas a atividade profissional e empresarial, representados por LinkedIn⁵⁵ ou Xing⁵⁶; e
- redes sociais especializadas - como nVivo⁵⁷ sobre concertos musicais ou eBugá⁵⁸ para automóveis e concessionárias todas as duas na Espanha.

A divisão entre redes sociais com propósito geral e profissionais também é seguida por Fumero e Garcia-Hervás (2008).

Os *sítios web* de redes sociais cresceram em número de usuários e em quantidade de opções disponíveis nos últimos anos. Assim, é possível observar que sua adoção e o tema escolhido oferecem aos usuários um vasto conjunto para escolha. Apesar disso, os bibliotecários iniciaram há pouco a discussão sobre o seu uso e como essa tecnologia pode ser explorada pelas bibliotecas. Para Mack *et al.* (2007), a literatura corrente baseada em aspectos ligados à Biblioteconomia, no início, apresentava como era projetada a rede social Facebook de uma forma geral e como os bibliotecários deveriam se precaver quanto aos riscos do seu uso.

Em 1997, Garton, Haythornthwaite, e Wellman⁵⁹, *apud* Charnigo e Barnett-Ellis (2007), estavam entre os primeiros autores a descrever um método sobre análise de redes sociais *online*. Muitos estudos indicam a necessidade de uma política de privacidade mais aprofundada no sentido de manter protegidos os dados do perfil do usuário nas redes sociais. Uma condição para assegurar

⁵⁵ Rede social profissional LinkedIn: Disponível em: <<http://www.linkedin.com>>. Acesso em: 07 ago. 2013.

⁵⁶ Rede social profissional Xing: Disponível em: <<http://www.xing.com/>>. Acesso em: 07 ago. 2013.

⁵⁷ Rede social musical nVivo: Disponível em: <<http://www.nvivo.es/>>. Acesso em: 07 ago. 2013.

⁵⁸ Rede social automóvel eBugá: Disponível em: <<http://www.ebuga.es/>>. Acesso em: 07 ago. 2013.

⁵⁹ GARTON, Laura; HAYTHORNTHWAITE, Caroline; WELLMAN, Barry. Studying Online Social Networks. *Journal of Computer Mediated Communication*. v. 31, n. 4, 1997.

esta privacidade é restringir o acesso às informações do perfil da biblioteca somente aos usuários/amigos aceitos pelo perfil da biblioteca, entretanto é perceptível que isto em termos de contato com o usuário pode ser prejudicial, já que ao criar barreiras de acesso, podem limitar o número de usuários que querem fazer contato com a biblioteca.

De acordo com Charnigo e Barnett-Ellis (2007), os bibliotecários estão cada vez mais explorando o uso do que se referem como companhias e serviços de Internet 2.0, como o Facebook, para interagir com eles e alcançar os usuários da biblioteca de forma inovadora. Em estudo junto a 126 bibliotecários dos EUA, Charnigo e Barnett-Ellis (2007), trabalharam com três linhas de investigação sobre a rede social Facebook, a saber: o conhecimento sobre o Facebook, o impacto real deste sítio web nos serviços da biblioteca e as perspectivas dos bibliotecários em direção às redes sociais *online*. Assim, os resultados da pesquisa mostraram que 48% das bibliotecas haviam adicionado um perfil da biblioteca ao Facebook, 34% criaram um perfil individual e somente 3% havia instituído um perfil da biblioteca. Em termos de impacto no serviço observou-se um aumento no uso da rede de computadores em função do acesso ao Facebook, o que ocasionou o bloqueio da rede pela instituição e também aumento no uso do *scanner*, para digitalizar fotos que seriam posteriormente enviadas ao Facebook.

Trabalhando nessa linha, Connell (2009) realizou estudo com 366 estudantes do primeiro ano da Universidade de Valparaíso, nos EUA, cujo resultado indicou que o perfil da biblioteca e do bibliotecário no Facebook seria bem-vindo por muitos estudantes e, portanto, deveria ser fortemente considerado. Esse autor conclui que as bibliotecas precisam aprender tão logo seja possível, sobre os melhores métodos para interagir com os usuários da biblioteca utilizando-se destas redes sociais.

Hendrix *et al.* (2009), destacam, entretanto, que existem ainda obstáculos para o seu uso nas bibliotecas, e a maioria delas não tem certeza do sucesso atual ou futuro de sua presença nas redes sociais como um todo.

Segundo Xia (2009, p. 469), por meio de estratégias de *marketing*, uma biblioteca pode aumentar a sua visibilidade e imagem, e, assim, atrair mais usuários para utilizar seu acervo e os seus serviços. Para Xia (2009, p. 470), o Facebook é uma das melhores tecnologias a integrarem os esforços na área de *marketing* para bibliotecas. Algumas características do Facebook, como “Grupos” e “Eventos”, são consideradas importantes para o *marketing* nas bibliotecas. Um exemplo de BU, que já possui o perfil de usuário no Facebook⁶⁰, é o da Biblioteca Central da UnB, que pode ser observado melhor no trabalho de Machado *et al.* (2011), conforme pode ser visualizado na figura 12:

⁶⁰O perfil oficial da Biblioteca Central da UnB no Facebook atualmente é o *link* URL <<https://www.facebook.com/unb.bce?fref=ts>>. Acesso em: 24 set. 2013.

Figura 12 – Facebook da biblioteca central da Universidade de Brasília-DF



Fonte: Facebook BCE-UnB (2013).

Ainda segundo Xia (2009), o estilo de gerenciamento dos grupos no Facebook é chave para o sucesso das discussões do grupo. Ele completa, indicando que os responsáveis pelo grupo no Facebook devem manter coeso o grupo de pessoas que compartilham os mesmos interesses, e que estão dispostos a se comunicar uns com os outros. Xia (2009) também indica que os responsáveis pelo grupo no Facebook devem tentar ser proativos e entusiasmados com a atualização dos tópicos e notícias para manter as discussões ativas.

Em resumo, Xia (2009) destaca que os grupos no Facebook podem ser usados como uma plataforma útil para o suporte ao ensino e à pesquisa dos membros da faculdade que, assim, devem mostrar entusiasmo para conectar isso aos serviços da biblioteca.

De acordo com Margaix-Arnal (2008), existem alguns modelos de presença no Facebook que merecem ser destacados para que a biblioteca se insira nesta rede. Basicamente, são três: os perfis de usuários, os grupos de usuários e as páginas. A seguir Margaix-Arnal (2008) descreve algumas características deles.

- Perfis de usuários - é o modelo de presença mais flexível e possui como vantagem a disponibilidade de inúmeras aplicações com as mais diversas funcionalidades. A presença do diretor da biblioteca ou pessoal de referência pode ser escolhida neste caso.
- Grupos de usuários - muitas bibliotecas têm optado por criar grupos. Neste caso gratuito, os usuários podem se inserir nos grupos por iniciativa própria ou pelo convite de um membro do grupo. O inconveniente é que ele possui aplicações básicas: mural de mensagens, álbum de fotografias e fórum de discussão.
- Páginas - é o modelo de presença indicado para empresas. Seu aspecto é similar ao de um perfil, porém tem uma série de vantagens ou inconvenientes. Como vantagens pode-se

destacar a personalização, acesso ao conteúdo para usuários fora da rede, estatísticas de acesso, vários usuários podem ser administradores desta página e são gratuitas. Como inconveniente a dificuldade de se promover, a pouca quantidade de aplicações, não se recebe avisos da atividade dos usuários na página.

Ainda destacando o estilo do gerenciamento e o modelo de presença das redes sociais na web, García-Giménez (2010) observa que os perfis individuais são utilizados por pessoas, enquanto os grupos são usados para juntar um coletivo em torno de um assunto e as páginas são usadas por empresas ou instituições. O quadro 7 proposto por García-Giménez (2010) expressa os três modelos de presença com as suas vantagens e desvantagens.

Quadro 7 – Vantagens e desvantagens dos modelos de presença no Facebook

| | Perfis Individuais | Páginas | Grupos (continua) |
|---------------------|--|---|---|
| Elementos | Fotografia e Descrição do perfil; Lista de contatos; Importação de RSS, <i>blogs</i> , flickr, digg, picasa, delicious, yelp, google reader, stumple upon, lastfm, pandora, hulu e youtube. Resumo da última atividade; Comentários sobre o estado; Sincronização com Twitter; Notas; Vídeos; <i>Links</i> ; Galerias de fotos; Causas; Mural; Eventos; <i>Chat</i> Aplicações personalizadas | Logotipo; informação básica; mini notícias; mural; fórum de debate; fãs; eventos elementos publicados; vídeos; notas (é possível importar RSS); promover uma página mediante anúncios; enviar atualizações de fãs; páginas preferidas; painel de estatísticas; críticas; comentário de estado; possibilidade de conectar com o Twitter. | Logotipo; informação básica e de contato; membros fórum de debate; Mural; fotos; elementos publicados; vídeos; eventos; possibilidade de criar salas de <i>chat</i> mediante aplicações. |
| Vantagens | Intimidade: é regulada pelo acesso a conteúdos; Proximidade: se chega a um usuário como um amigo mais, nas mesmas condições que este apresenta o seu perfil; Atenção personalizada: permite aproximar-se de usuários potenciais de uma maneira direta e pessoal; Identidade: capacidade mais direta para gerar marca e perfil diferenciado, além de consciência de grupo. | Moderação: a moderação é feita de maneira manual, eliminando mensagens ou contatos; Vinculação: o grupo está vinculado diretamente com o administrador Não há possibilidade de fazer referência a <i>blogs</i> nem ao Twitter Não dispõem de estatísticas a vista de outros usuários. | Pode-se regular a privacidade do grupo através de um sistema de permissão. Possibilidade de ceder a outros usuários a gestão total ou parcial do grupo. Possibilidade de notificar por correio eletrônico de maneira múltipla e simultânea. Fidelização: possibilidade de gerar identidade coletiva. |
| Desvantagens | Número limitado de amigos a 5.000 membros. Moderação: a moderação deve ser feita manualmente, eliminando mensagens ou contatos. Não se permite delegar a gestão para outros usuários da rede. | Pode-se regular a privacidade do grupo através de um sistema de permissão; Possibilidade de ceder a outros usuários a gestão total ou parcial do grupo. Possibilidade de notificar por correio eletrônico de maneira múltipla e simultânea. Fidelização: possibilidade de gerar identidade coletiva. | Moderação: a moderação é feita de maneira manual, eliminando mensagens ou contatos; Vinculação: o grupo está vinculado diretamente com o administrador Não há possibilidade de fazer referência a <i>blogs</i> nem ao Twitter Não dispõem de estatísticas a vista de outros usuários. |

Fonte: Original de García-Giménez (2010) e adaptado pelo autor.

Perotti e Hair (2011) destacam que as redes sociais, recentemente, têm sido identificadas como a mais popular forma de se comunicar, contudo há poucos trabalhos sobre o comportamento

de indivíduos com características diferentes, considerando a complexidade de múltiplos dispositivos e contextos para o seu uso.

Aguiar (2012) destaca os desafios e benefícios da aplicação das redes sociais nas bibliotecas universitárias, conforme o quadro 8.

Quadro 8 – Desafios e benefícios da aplicação das redes sociais nas bibliotecas universitárias

| Desafios | Benefícios |
|---|---|
| Recursos Humanos | Biblioteca |
| <ul style="list-style-type: none"> a) dificuldade para encontrar pessoas na equipe com perfil e qualificação para implantar as redes sociais; b) falta de atualização profissional; c) relutância dos gestores em usar as redes sociais e compartilhar informações; d) falta de adaptação curricular dos cursos de Biblioteconomia para incluir este conteúdo. | <ul style="list-style-type: none"> a) amplia o acesso virtual e móvel à BU; b) atrai novos ou potenciais usuários; c) possibilita melhorar os serviços de <i>marketing</i>; d) estabelece novos canais de comunicação com os usuários; e) acelera a disseminação da informação pela biblioteca; f) possibilita a melhora da imagem da biblioteca. |
| Conteúdo | Serviços e Produtos |
| <ul style="list-style-type: none"> a) desatualização dos conteúdos já postados; b) publicar informações interessantes para o usuário (Quais informações publicar?) c) qual linguagem utilizar: formal ou informal? (um guia de netiqueta pode orientar); d) depende do tipo de usuário para o qual está dirigido; e) deve suportar o processo de ensino e pesquisa dos membros da faculdade. | <ul style="list-style-type: none"> a) amplia a quantidade de serviços; b) criação de conteúdos novos antes impossíveis de serem feitos sem as redes sociais para divulgá-los; c) elaboração de tutoriais multimídiaáticos; d) dá possibilidade de atender as demandas dos usuários. |
| Usuários | Divulgação |
| <ul style="list-style-type: none"> a) consultar os usuários; b) dificuldades em elaborar uma estratégia de atração dos usuários para as redes sociais; c) manter a atenção do usuário. | <ul style="list-style-type: none"> a) a informação pode atingir mais usuários em um curto espaço de tempo; b) possibilita a divulgação de serviços e produtos. |

Fonte: Adaptado, pelo autor, de Aguiar (2012).

Segundo Aguiar e Modesto (2010), existem outras opções para substituir o Facebook. Uma delas é a rede social Ning⁶¹, plataforma que permite a criação de redes sociais individualizadas, ou seja, cada usuário pode criar a própria rede social ou se vincular a qualquer outra de seu interesse. Embora existam outros sítios *web* que também são capazes de criar redes sociais personalizadas, a rede social Ning, no início, permitia a criação de redes sociais sem limitação ou tempo determinados: isto ensejou grande procura por esta plataforma ensejando a criação de várias redes sociais por grupos de usuários, pesquisadores etc. Isto mudou, porém agora a rede social Ning permite o uso experimental por apenas 30 dias de forma gratuita; outras opções podem ser

⁶¹ Rede social Ning: Disponível em: <<http://www.ning.com/>>. Acesso em: 07 ago. 2013.

observadas para substituir a rede Ning, de acordo com Vieira (2011b). São elas: a SocialGo⁶², WackWall⁶³, Grouply⁶⁴, Mixxt⁶⁵ e a Spruz⁶⁶.

Assim, para facilitar o trabalho de análise deste tipo de ambiente, Perotti e Hair (2011) selecionaram sete atividades mais utilizadas pelos usuários de redes sociais, assim descritas: 1) manter contatos com membros da rede social (indicador maior quantidade possível de pessoas); 2) organizar (classificar ou gerenciar tipos de relacionamentos – família, amigos, empresa); 3) compartilhar (senso de compartilhar com amigos as informações – indicador: seletividade ou controle de privacidade); 4) encontrar pessoas (similar interesse em áreas voltadas para a carreira, namoro, ambição, trabalho, ou interesse geral); 5) autoimagem (habilidade de “customizar” e expressar a sua imagem para os outros); 6) entretenimento (forma de expressar sentimentos de escapismo, proteção da imagem e retorno dos colegas); e 7) ficar conhecido (habilidade que envolve o processo de aceitação pelos membros da rede).

Baseado nisso, Perotti e Hair (2011) construíram um mapa mental, para representar estas sete características descritas, conforme a figura **13**.

⁶² Rede social Socialgo: Disponível em: <<http://www.socialgo.com/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

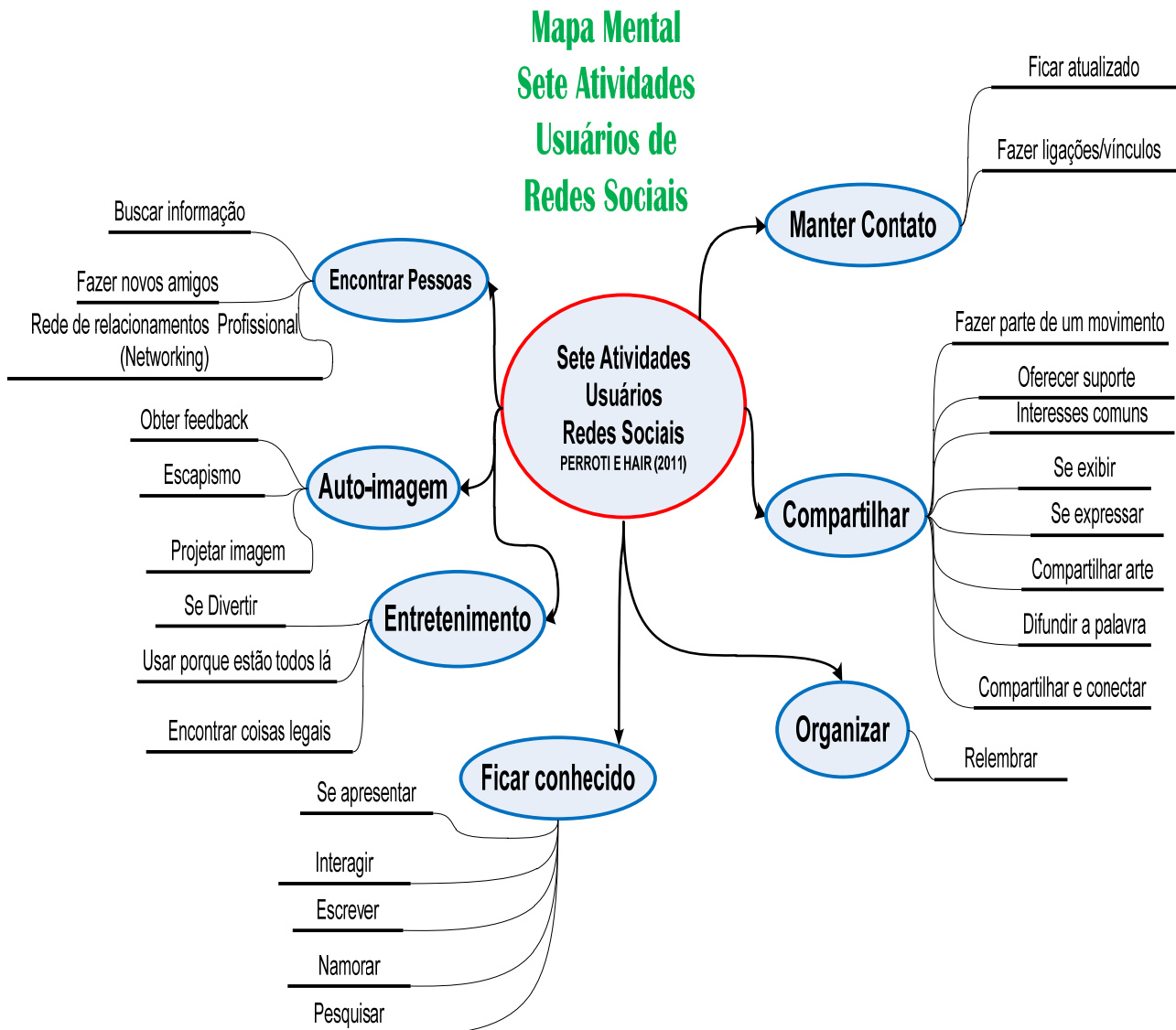
⁶³ Rede social Wackwall: Disponível em: <<http://wackwall.com/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁶⁴ A rede social Grouply encerrou suas operações em 2012, logo após ter sido comprada pela empresa Oodle. Disponível em: <<http://www.crunchbase.com/company/grouply>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

⁶⁵ Rede social Mixxt: Disponível em: <<http://www.mixxt.at/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁶⁶ Rede social Spruz: Disponível em: <<http://www.spruz.com/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

Figura 13 – Mapa mental das sete atividades dos usuários de redes sociais



Fonte: Adaptado, pelo autor, de Perroti e Hair (2011).

As bibliotecas que utilizam *blogs*, *wikis* e redes sociais podem também se beneficiar do potencial de outra ferramenta para divulgar e deixar seus usuários mais atualizados. A ferramenta da Web 2.0 que será apresentada a seguir é o RSS, também conhecido como Rich Site Summary, na versão 0.91 a 0.93, ou Really Simple Syndication, na versão 2.0. Ela possibilita ao usuário assinar canais de informação (*feeds*) de acordo com a sua preferência.

2.4.4 RSS: atualização de conteúdo da biblioteca

As experiências com o envio de mensagens com informações personalizadas foram uma das primeiras opções utilizadas pelas bibliotecas para fazer a atualização de seu conteúdo junto aos

usuários por meio de carta ou mais recentemente por correio eletrônico, que na literatura é costumeiramente chamada de disseminação seletiva da informação.

A Disseminação Seletiva de Informações (DSI), na língua inglesa, “*selective dissemination of information* (SDI)”, foi concebido por Hans Peter Luhn, da IBM Corporation, em 1958, com a finalidade de aperfeiçoar serviços de alerta oferecidos por bibliotecas, centros de documentação e sistemas especializados de informações documentais. Os elementos motivadores deste tipo de serviço eram a grande expansão da literatura mundial, a proliferação das bases de dados referenciais e a necessidade de atualização da comunidade científica em geral (BAX *et al.*, 2004). Eirão e Cunha (2012) observaram que, no Brasil, os primeiros estudos sobre a DSI surgem na década de 1970, ligados principalmente aos centros de informação e divisões de informação de órgãos públicos.

Assim, Eirão e Cunha (2012) destacaram que a tecnologia RSS - (*Rich Site Summary, Really Simple Syndication* ou ainda conhecida como *RDF Site Summary*) surgiu com a finalidade de permitir notificar automaticamente os usuários de *sites* de Internet sobre novos conteúdos na web.

Mais recentemente, na era da World Wide Web, a tecnologia denominada de *push* (“empurrar”) foi criada com o intuito de “entregar” informações selecionadas por usuários dos serviços de informação que, em vez de esperarem que estes visitassem os *sítios web* para coletar informação de seu interesse, mas esta tecnologia não vingou (ALMEIDA, 2008).

MacManus (2009) verificou de uma maneira sutil que o mercado dos leitores de RSS apresentava declínio, embora a utilização da tecnologia em si continuasse a crescer. Segundo esse autor tal declínio é explicado pelo domínio do mercado de leitores pelo Google Reader, o crescimento de experiências como Twitter e Facebook e os próprios navegadores já possuírem seu leitor dos *feeds*.

O sucesso da tecnologia RSS está em entregar conteúdo da web selecionado previamente pelos seus usuários, contudo, com a diminuição do seu uso pode-se notar em 2013 que a tecnologia continua interessante do ponto de vista de atualização de conteúdo, porém os leitores de RSS precisam passar por uma avaliação. O resultado disso está no fechamento, em julho de 2013, do serviço Google Reader, que fazia este processo de coleta de informações, o que deixou muitos usuários aborrecidos com o seu encerramento. (INDEPENDENT, 2013). Neste sentido, Eric Limer oferece algumas opções para o Google Reader. O aplicativo Feedly⁶⁷ surge como uma das melhores escolhas por oferecer um leitor baseado na web e também nas plataformas Android e iOS. Além deste, é possível citar Digg Reader⁶⁸, AOL Reader⁶⁹, NewsBlur⁷⁰, The Old Reader⁷¹,

⁶⁷ Aplicativo Feedly – Disponível em: <<https://www.feedly.com/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁶⁸ Aplicativo Digg Reader – Disponível em: <<http://digg.com/reader>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁶⁹ Aplicativo AOL Reader – Disponível em: <<http://reader.aol.com/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

Netvibes⁷², Pulse⁷³, Flipboard⁷⁴, Zite⁷⁵ e também o aplicativo de *microblog* Twitter que oferece a funcionalidade de leitura de RSS (GIZMODO, 2013).

A tecnologia do RSS está baseada no formato desenvolvido por pesquisadores da Apple Computer. Foi criado o *Meta Content Framework* (MCF) que mais tarde foi adaptado para a linguagem de metadados *eXtensible Markup Language* (XML). Assim, surgiu o formato *Resource Description Framework* (RDF), que viria a originar o primeiro protocolo de sindicância na Web, o RSS, um acrônimo para *RDF Site Summary* (ALMEIDA, 2008).

De acordo com Murley (2009), os RSS *feeds* (muitas vezes chamado *news feeds*, *web feeds*, ou simplesmente *feeds*) são arquivos *web* usados para distribuir novo conteúdo para os assinantes por meio de sítios *web* de notícias, *blogs*, e outras páginas *web* constantemente atualizadas. Se muitas dessas publicações são baseadas na web, os RSS *feeds* podem ajudar numa atualização mais eficiente. O resultado desta atualização é que os RSS *feeds* normalmente oferecem um resumo de um determinado conteúdo juntamente com os *links* para as versões completas do texto documental. Um tipo de programa conhecido como leitor de RSS ou “agregador de conteúdo” verifica periodicamente as páginas habilitadas (assinadas) e notifica o usuário sobre as atualizações.

Em termos de conteúdo observado nos serviços que disponibilizam RSS *feeds* Barefoot e Szabo (2010) destacam que um RSS *feed* é um resumo legível, por computador, da atividade recente de um sítio web (geralmente os comentários, imagens, artigos e postagens de *blog* mais recentes).

Como consequência da atualização do conteúdo no sítio web, Almeida (2008) observa que, uma vez formatado, segundo o vocabulário RSS específico, o conteúdo Web está pronto para ser compartilhado e lido, juntamente com outras fontes de informação, por meio de uma categoria de *software* ou aplicações capazes de interpretar os documentos RSS. Esse processo de disponibilização de dados para a sua recuperação posterior recebe o nome de “sindicância” (em inglês, *syndication*) de conteúdos, que é a chave para entender a tecnologia.

A motivação da aplicação desta tecnologia de sindicância de conteúdos é destacada por Miller (2003), que aborda questões relacionadas à sua adoção como meio de reutilização de recursos digitais, e traz uma lista de boas práticas para criação e manutenção de *feeds* RSS por parte dos produtores de conteúdo.

⁷⁰ Aplicativo NewsBlur – Disponível em: <<http://www.newsblur.com/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁷¹ Aplicativo The Old Reader – Disponível em: <<http://theoldreader.com/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁷² Aplicativo Netvibes – Disponível em: <<http://www.netvibes.com/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁷³ Aplicativo Pulse – Disponível em: <<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.alphonso.pulse&hl=en>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁷⁴ Aplicativo Flipboard – Disponível em: <<https://itunes.apple.com/us/app/flipboard/id358801284?mt=8>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁷⁵ Aplicativo Zite – Disponível em: <<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.zite&hl=en>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

Assim, de acordo com Çelikbas (2004), algumas vantagens da “sindicação” de conteúdo podem ser destacadas, notadamente a privacidade (a assinatura do serviço não exige a indicação do correio eletrônico do interessado), a proteção contra a publicidade não solicitada e a facilidade no cancelamento da assinatura, tudo isto facilitando a gestão da informação.

Ainda em termos de vantagens, Curran *et al.* (2006) destacam que o uso de RSS e/ou Atom *feeds* permite aos usuários vislumbrar novas atualizações de um sítio web sem ter que visitar o sítio web selecionado, podendo ser feito utilizando-se um leitor de notícias (ex. Microsoft Outlook), fazendo o *download* do arquivo para um dispositivo móvel (telefone celular ou *tablet*), ou integrando o *feed* em um programa para computador (ex: *Google Desktop*). Alguns sítios *web* permitem customizar seu próprio *feed* de busca para automaticamente receber atualizações da sua pesquisa.

O RSS *feeds* é uma boa maneira de receber e distribuir informação, contudo, Barefoot e Szabo (2010) ressaltam que o RSS é muito mais do que simplesmente um meio de assinar *feeds* dos seus sítios *web* favoritos. O usuário deste serviço também pode, por meio dele, receber dados de todos os tipos de fontes úteis. Exemplificando: a) atualizações do clima; b) atualizações sobre condições do tráfego ao longo do caminho de sua casa; c) atrasos em voos; d) resultados de pesquisa quando alguém menciona você ou sua marca; e) novas disponibilidades de imóveis em seu entorno; e f) avisos sobre quando seu pacote da Amazon é despachado.

Dessa forma, no sentido de colocar em operação e fazer uso da tecnologia de RSS, Donoso (2006); *apud* Dobrecky (2007), explica a diferença entre “sindicar” e agregar conteúdo, sendo que o primeiro é o ato de colocar à disposição dos outros algum conteúdo; e o segundo, significa assinar fontes de conteúdos dos arquivos RSS para visualizá-los em um agregador.

No concernente à adoção desta tecnologia, Almeida (2008) lembra que, além de facilitar o recebimento de dados provenientes da Web, dispensando o acesso constante aos sítios em busca de atualizações, outra razão para a crescente popularidade da tecnologia RSS está relacionada à facilidade na implantação e utilização deste recurso sem nenhum custo, tanto para leitura quanto para a replicação de conteúdos, fato que pode ser observado em pesquisas sobre adoção das tecnologias da Web 2.0.

Apesar das vantagens da adoção do RSS vistas neste trabalho, porém, Leitão (2010) resalta em estudo de Grossnickle (2005) que o termo RSS é pouco conhecido pelos internautas, e ele observou também que 27% dos que foram questionados usam o RSS, sem perceber realmente o que estão utilizando. Isto demonstra a aparente diferença entre utilizadores conscientes e não conscientes, correspondendo os primeiros aos mais informados sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e o seguinte ao utilizador médio da Internet que é menos conhecedor dessas tecnologias.

Ao observar a adoção desta tecnologia em BU, Yong-Mi e Abbas (2010) destacam que os usuários podem assinar um RSS *feed* para obter a atualização de cada periódico e resumo de atualização de uma base de dados que a biblioteca disponibiliza para os seus usuários, ficando com isso atualizado com as pesquisas da sua área de estudos. Este serviço é disponibilizado aos usuários para reduzir etapas desnecessárias de levantamento de informações em uma base de dados. Portanto, essa funcionalidade contribui para a transferência de conhecimento fornecendo para os usuários a informação atualizada e sob medida.

Para Leitão (2010), a revolução da tecnologia RSS nas bibliotecas oferece a possibilidade de editar canais de RSS com base nos catálogos. Essa tecnologia também pode ser utilizada pelas bibliotecas para o desenvolvimento de serviços na plataforma Web, como, por exemplo, o de Disseminação Seletiva da Informação (DSI).

Coelho (2009) destaca também que o potencial da “sindicação” de conteúdos para as bibliotecas é, no mínimo, tão grande quanto a multiplicidade de usos que em outros contextos sugere. Tradicionalmente, as bibliotecas emitem alertas dirigidos aos usuários, por correio eletrônico ou, mais recentemente, pela publicação de conteúdo no sítio web da biblioteca. A “sindicação” de conteúdos, no entanto, facilita o recebimento de uma nova informação disponibilizada na rede, ao mesmo tempo em que fornece *links* para recursos.

Leitão (2010) ressalta a possibilidade de o usuário manipular as entradas do canal RSS por meio de vários filtros, como data, título, autor, assunto. Isto permite que cada indivíduo adapte com maior flexibilidade o recebimento da informação de acordo com as suas necessidades.

Neste sentido, Leitão (2010, p. 8) observa que a adequação dos conteúdos aos públicos a que se destinam, quer os *feeds* produzidos pela biblioteca, quer os identificados por esta para efeitos de agregação, devem obedecer a requisitos de qualidade, a saber:

- a) utilização de padrões;
- b) produção de *feeds* com qualidade técnica;
- c) conteúdo de cada item neste caso específico o conteúdo da informação bibliográfica numa biblioteca deve disponibilizar uma notícia que contenha autores, títulos, publicação, descrição física, identificador, assuntos. Esse conteúdo informativo permite ao leitor uma avaliação da relevância do item e a decisão para posterior utilização, sem necessidade de buscar a fonte de informação original;
- d) o número de notícias do canal deve ser o número de itens suficientemente sensível para que o leitor de *feeds* possa identificar o novo conteúdo associado a uma determinada pesquisa; e
- e) a frequência de atualização não deve superar um mês de duração.

Segundo Murley (2009), os bibliotecários da área de Direito podem usar o RSS *feeds* para gerenciar as fontes de conhecimento, atualizando-as mais eficientemente, e distribuir essa informação para os usuários da biblioteca jurídica.

A próxima seção trata da disponibilização de conteúdo interativo, que faz parte da filosofia da Web 2.0, e a possibilidade de mudar o conteúdo estático formado em sua maioria por textos que eram predominantes na Web 1.0, por conteúdo dinâmico, trouxe uma nova visão para as páginas com vídeos, arquivos de áudio e imagens capazes de interagir com o usuário de uma biblioteca.

2.4.5 Conteúdo compartilhado de vídeos, áudio e imagens em bibliotecas

Os *sites* de compartilhamento de vídeos, áudio e imagens na web proliferaram com muita rapidez nos últimos anos. Presenciamos o surgimento do Youtube⁷⁶, Vimeo⁷⁷, Flickr⁷⁸, Picasa⁷⁹ e outros. Quando se utilizam *sites* que compartilham vídeos, emprega-se a tecnologia chamada *streaming vídeo*. De acordo com Little (2011), *streaming video* é uma tecnologia que permite aos usuários ver, compartilhar e frequentemente fazer o *download* de vídeos *online* para os computadores ou dispositivos móveis, como os *tablets* e telefones celulares.

Segundo Little (2011), o Youtube foi fundado em 2005 e logo depois foi comprado pela Google por 1,65 bilhão de dólares. Possui cerca de dois bilhões de usuários que podem assistir vídeos por dia, durante as 24 horas. Além disso, em 2009, o Youtube lançou sua versão educativa, o Youtube EDU⁸⁰. Duffy (2008) destaca, também, que o Youtube está sendo utilizado pelos docentes como recurso pedagógico que expressa benefícios educacionais.

Clark e Mayer (2002) *apud* Duffy (2008, p. 124), entretanto, mencionam algumas recomendações que devem ser consideradas para o uso apropriado de mídias na melhoria do aprendizado, a saber:

- a mídia deve estar alinhada com o aprendizado esperado ou o aumento do desempenho;
- a mídia deve reduzir a carga cognitiva;
- a mídia deve excluir superficialmente textos e gráficos; e
- a mídia deve ser apropriada para a alfabetização de nichos específicos de alunos.

De acordo com Webb (2007), são várias as vantagens de uso deste tipo de *software* para promover a biblioteca. O Youtube tem como característica permitir ao bibliotecário adicionar o

⁷⁶ Sítio web Youtube: Disponível em: <<http://www.youtube.com/>>. Acesso em: 12 jul. 2013.

⁷⁷ Sítio web Vimeo: Disponível em: <<http://www.vimeo.com/>>. Acesso em: 12 jul. 2013.

⁷⁸ Sítio web Flickr: Disponível em: <<http://www.flickr.com/>>. Acesso em: 12 jul. 2013.

⁷⁹ Sítio web Picasa: Disponível em: <<http://picasa.google.com/>>. Acesso em: 12 jul. 2013.

⁸⁰ Sítio web Youtube Education: Disponível em: <<http://www.youtube.com/education>>. Acesso em: 12 jul. 2013.

vídeo para um *blog* ou enviar um vídeo para um aparelho móvel de telefone celular, fornecendo acesso fácil aos guias da biblioteca em qualquer lugar.

Coelho (2009) observa que, quando a produção de vídeos tem como objetivo não só a formação dos usuários da biblioteca, mas também a promoção dos seus serviços, é vantajoso recorrer a um serviço externo de compartilhamento de vídeos.

Para Little (2011), as BU podem utilizar o Youtube para criar uma conta própria ou um canal onde possa carregar os vídeos da instituição, que ajudam a promover a biblioteca que podem ser narrados pelos estudantes, bibliotecários e membros da faculdade; podem ainda trabalhar como vídeos de instrução do tipo “como fazer para...”, e ainda compartilhar coleções digitais que a biblioteca possui, compostas de filmes ou fotos do acervo da biblioteca.

Segundo Coyle (2007), outra forma criativa de usar o Youtube nas bibliotecas é como método de introduzir recursos disponíveis no *campus* em muitas sessões de orientação, ensinando como usar a biblioteca por meio de vídeos tutoriais para serem utilizados em visitas feitas à biblioteca por estudantes admitidos recentemente à universidade.

Outro *software* de compartilhamento que está sendo utilizado pelas bibliotecas é o de compartilhamento de fotos, serviços como o Flickr⁸¹, que constitui excelente lugar para colocar fotos de seções de bibliotecas orientadas para jovens (BOLAN; CANADA; CULLIN, 2007, p. 43). O Flickr permite aos usuários carregar fotos digitais para um banco de dados de pesquisa de imagens para nele armazenar informações. Isto oferece à biblioteca uma visão mais humana, exibindo uma representação dos jovens que pode motivá-los a participar ativamente dos serviços.

A possibilidade de compartilhar fotos também é outra das promessas de sítios *web* que trabalham com a filosofia da *Web 2.0*. Para Cox (2008), isto foi causado pelo crescimento no número de pessoas com dispositivos fotográficos (câmeras digitais e telefones celulares com câmera), a difusão do acesso à internet de banda larga, e a familiaridade com a *Internet*, que permitiu o sucesso de sítios *web* como o Flickr.

Cox (2008) comenta, no entanto, que a maioria das fotos no Flickr não é vista por muitos, e a interatividade é baixa, embora não negue a importância de algumas ocorrências. Motivos comerciais (licenças pagas), entretanto, e a rápida velocidade do Flickr para o aumento de escala de uso estão determinando novos horizontes para o seu uso.

Já para compartilhar áudio, as bibliotecas podem utilizar uma tecnologia chamada *podcast*. A palavra *podcast* vem da junção das palavras “*ipod*” e “*broadcast*”. Trata-se de um programa de distribuição de áudio pela Internet. A forma-padrão de receber *podcasts* é fazer uma assinatura a um sítio web que disponibilize o serviço ou usar um agregador de *podcast*, como o iTunes. A

⁸¹ Sítio web Flickr: Disponível em: <<http://www.flickr.com/>>. Acesso em: 12 jul. 2013.

assinatura deve ser feita por meio de diretórios que disponibilizem os *links* para os arquivos ou o usuário deve entrar com um endereço URL do *podcast* no *software* agregador.

Os *podcasts* são ferramentas Web 2.0 muito úteis no universo das bibliotecas quando isto se trata da formação dos usuários; pois eles não requerem dos estudantes uma leitura de inúmeras páginas, que, na maioria das vezes, é monótona; em vez disso, eles escutam o *podcast* e seguem as instruções passo a passo.

De acordo com Bolan, Canada e Cullin (2007), o *podcasting* e o *vodcasting* (*video podcasting*) são duas formas de as bibliotecas poderem aproveitar a energia dos jovens para trazê-los para lá.

Segundo Tripathi (2009, p. 7), a forma como é usado o *podcast* em bibliotecas varia de uma biblioteca para outra. Como foi observado, é possível disponibilizar arquivos de áudio para visitas orientadas à biblioteca; destacar, por meio de áudio, características que merecem uma habilidade específica para a pesquisa do usuário; inserir arquivos de áudio sobre determinado treinamento para pesquisar no Catálogo OPAC; disponibilizar, por meio de áudio, um Guia de Recursos da Biblioteca, Guia dos serviços oferecidos pela Biblioteca, como também fazer um tutorial que ajude no letramento informacional dos usuários e, por último, inserir um áudio com entrevistas com autores ou personalidades que visitaram a Biblioteca, como pode ser observado na Tabela 4, em levantamento feito para verificar o uso de *podcasts*.

Tabela 4 – Uso de *podcasts* em bibliotecas

| Uso de <i>podcast</i> em bibliotecas | % de bibliotecas |
|--|------------------|
| Habilidades específicas para pesquisa | 4,2 |
| Guia de Recursos da Biblioteca | 4,2 |
| Visitas orientadas a Biblioteca | 3,8 |
| Guia de Serviços oferecidos pela Biblioteca | 3,8 |
| Treinamento para pesquisar no Catálogo OPAC | 3,7 |
| Entrevistas com autores/personalidades, etc. | 2,8 |
| Tutorial de Letramento Informacional | 0,4 |

Fonte: TRIPATHI (2009, p. 7).

Arroyo Vázquez e Merlo-Vega (2007) salientam que os *podcasts* são uma tecnologia que goza de ampla difusão no âmbito da radiodifusão ou da educação, já que se trata de um método fácil para disponibilizar recursos de informação, sendo necessário contar com um microfone ligado a um computador. Um exemplo da adoção desta tecnologia pelas bibliotecas é o da Kankakee Public Library⁸² onde é possível encontrar diversos arquivos de áudio sobre as suas atividades. Uma lista

⁸² *Podcasts* Biblioteca Kankakee: Disponível em: <<http://www.lions-online.org/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

completa com diversos *podcasts* de bibliotecas pode ser vista na *Wiki* intitulada “Library Success: A Best Practices Wiki”⁸³, criada pela bibliotecária Meredith Farkas, que foi atualizada até 2008.

As ferramentas da Web 2.0 são muito dinâmicas e oferecem recursos para o compartilhamento de áudio, vídeo e fotos. Assim, existem inúmeras plataformas disponíveis, porém uma delas que surgiu em 2010 está se destacando no espaço das bibliotecas. É a rede social Pinterest⁸⁴ lançada em 2010 nos EUA. O seu êxito foi tão grande que a revista *Time Magazine*⁸⁵ a nomeou entre os 50 sítios web que tornam a Internet um sucesso. O reflexo disso conforme relata Constone (2012), é que ela se tornou a rede social com o crescimento mais rápido da história, chegando à marca de 11 milhões de usuários nos EUA. A ideia básica por detrás desta rede de coleções de imagens e vídeos é agregar os usuários com base numa temática de escolha que a Pinterest chama de “quadro” (do inglês, *board*). Para fazer isso acontecer, o usuário seleciona por meio de um botão chamado “*Pin*” as imagens e vídeos disponíveis na Internet para compor os “quadros” criados por ele.

Nos ambientes informacionais, os bibliotecários e educadores estão começando a explorar esse novo tipo de mídia social e como esta pode ser usada para conectar e inspirar seus clientes e alunos. Como alertam Hansen; Nowlan; e Winter (2012), contudo, uma considerável parte da mídia dava sinais de preocupação quanto às questões relacionadas com direitos autorais com as ações de “*Pin*” (seleção da imagem realizada pelo usuário) e “*Repin*” (repassa da seleção da imagem feito por outro usuário).

Uma solução sugerida para as questões relacionadas com os direitos autorais, proposta por McDermott (2012), seria criar uma espécie de “*Pin Etiquette*”, observando nestas regras de etiqueta ao navegar por esta rede social respeitar os demais usuários da rede, fazendo referência ao usuário que teve as imagens por eles selecionadas (do inglês, *pinned images*), fazendo o *link* quando possível a fonte de origem daquela imagem ou vídeo, procurando como resultado disso expandir o alcance aos usuários de bibliotecas.

Ao considerar o ambiente das bibliotecas, Hansen, Nowlan e Winter (2012, p. 6-7) ressaltam que devem ser seguidas as melhores práticas para se obter o sucesso esperado nesta rede. Assim, as bibliotecas devem ter em conta o que vem na sequência.

- **Dar crédito:** quando adicionar um “*pin*” a uma imagem, procure deixar o *link* para a fonte original. Isso dá o crédito para o proprietário da foto, considerando ainda incluir o nome dele na caixa de imagem onde consta a descrição da foto.

⁸³ *Wiki Best practices com Podcasts*: Disponível em: <<http://www.libsuccess.org/index.php?title=Podcasting/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

⁸⁴ Disponível em: <<http://pinterest.com/>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

⁸⁵ Pinterest na revista *Time Magazine*. 16 ago. 2011. Disponível em: <http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2087815_2088159_2088155,00.html>. Acesso em: 26 fev. 2013.

- **Descrever/ou explicar:** quando a biblioteca adicionar uma imagem, certificar-se de descrever o “*pin*” e fornecer o *link* para o local onde encontrou a imagem. Os seguidores do seu quadro (*board*) querem saber do que se tratam aquelas imagens.
- **Adicionar conteúdo:** a biblioteca precisa incluir conteúdo aos itens que foram incluídos, procurando descrever como eles se relacionam com ela, seus eventos, programas etc.
- **Gerenciar o recurso visual:** por ser a rede social Pinterest uma rede onde outros usuários irão acompanhar os seus quadros, é importante que a biblioteca faça a carga de imagens e vídeos em alta qualidade para que sejam desfrutados pelos seus seguidores.
- **Proteger a privacidade:** ao criar quadros (*boards*) com imagens e vídeos observando a privacidade que está incorporada àqueles recursos, procurando se certificar com as pessoas que estão envolvidas se elas permitem aparecer nestes recursos.
- **Ser engajado:** ao criar a conta no Pinterest, a biblioteca deve manter os quadros, fazendo regularmente atualizações de seu conteúdo.
- **Tentar inovar:** procure trazer sempre novidades para os seus usuários. Só assim irá saber do que eles gostam.

Em suma, Indvik (2012) observou os quadros de imagens e vídeos que os usuários mais selecionaram na rede Pinterest no ano de 2012 e notou que mais de 80% dos “*pins*” são “*repins*”. As bibliotecas devem ter em conta a noção de que os usuários da Pinterest utilizam esta rede para obter inspiração para a carreira ou *hobbies* (57%), postam produtos ou viagens que desejam (53%), organizam pensamentos e ideias (47%) e procuram dividir ideias com seus amigos (32%).

Assim, Messner (2012, p. 25-27) sugeriu como quadros (*boards*) para o Pinterest de uma biblioteca: a) um quadro sobre os *trailers* de filmes relacionados a um livro; b) um quadro com a capa dos livros que chegaram à biblioteca; c) um quadro sobre os livros que tem sua história passada na cidade onde a biblioteca se encontra; d) um quadro com fotos históricas da cidade; e) um quadro para o clube de leitura realizado pela biblioteca para poder comentar sobre um livro pertencente ao clube; f) um quadro representando o estilo de vida da cidade onde a biblioteca se encontra; e g) um quadro representando uma área de pesquisa da qual a biblioteca possui títulos.

A seguir, a próxima seção traz o conceito, sua forma de uso e alguns benefícios e riscos para a adoção da Classificação Colaborativa em Bibliotecas.

2.4.6 Classificação colaborativa ou *folksonomia*

A crescente demanda pelo desenvolvimento de coleções das bibliotecas e o custo tecnológico para se adaptar a essa nova realidade trouxeram impactos aos recursos informacionais. Dentre os serviços destacados pela Web 2.0 que podem ajudar a melhorar estes recursos informacionais em bibliotecas universitárias existe a classificação colaborativa.

Golder e Huberman (2005) definem como classificação colaborativa (*collaborative tagging*) a prática de permitir aos usuários, adicionar livremente palavras-chave ou etiquetas a um conteúdo.

Para Arch (2007), a classificação colaborativa, por ele chamada de etiquetamento social (*Social tagging*), é um fenômeno relativamente novo que permite a um indivíduo criar marcadores de página (*bookmarks*) ou “*tags*” de sítios *web* e salvá-los *online*. Deste modo, bibliotecários e docentes trabalhando num determinado assunto poderiam compartilhar de forma fácil e rápida sítios *web* correlatos ao conteúdo pesquisado.

Milicevic *et al.* (2010) destacam que a classificação colaborativa é muito usada quando não há um modelo “bibliotecário”, ou quando há, simplesmente, muito conteúdo para classificar uma autoria simples. Assim, as pessoas classificam figuras, vídeos e outros recursos com um conjunto de palavras, para facilitar a recuperação delas em momento futuro.

Segundo Arch (2007), um dos sítios *web* mais conhecidos para a classificação colaborativa é o Del.icio.us⁸⁶ e, no caso do ambiente acadêmico, alguns consideram o Connotea⁸⁷, que possui características que permitem inserir referências bibliográficas ao conteúdo selecionado, e o CiteULike⁸⁸, que permite controlar a adição de etiquetas (*tags*) por meio de sítios *web* de periódicos científicos. Neste sentido, um usuário pode selecionar uma etiqueta (*tag*) considerando um sítio *web* específico na sua biblioteca de etiquetas pessoais, porém o *link* não aparece para o resto do sítio *web*. Isto assente algum controle sobre conteúdos de baixa qualidade, mas limita o conjunto de informações para o pesquisador tomar conhecimento do assunto.

A dinâmica da busca da informação com a adoção deste tipo de ferramenta presente na Web 2.0 provocou impactos diretos nos bibliotecários. Redden (2010) destaca o fato de que muitos bibliotecários não devem se achar confortáveis ao utilizar sítios *web* como Delicious ou Connotea para criar referências eletrônicas.

O excesso de informações presentes na Web pode ajudar os bibliotecários universitários a usar a classificação colaborativa para apontar aos usuários páginas *web* que sejam úteis para os seus estudos, bem como demonstrar o valor da alfabetização informacional. Redden (2010) reforça isso,

⁸⁶ Sítio *web* del.icio.us: Disponível em: <<http://www.delicious.com/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

⁸⁷ Sítio *web* connotea: Disponível em: <<http://www.connotea.org/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

⁸⁸ Sítio *web* citeulike: Disponível em: <<http://www.citeulike.org/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

indicando que os estudantes de graduação precisam tirar proveito dos recursos da web, e, neste caso, os bibliotecários estão numa posição em que podem liderar esta trajetória.

Além disso, um grande número de BU aventura-se neste novo ambiente de classificação e desenvolveram várias maneiras de utilizar os sítios web de classificação colaborativa para alcançar os seus usuários e fornecer a estas comunidades um serviço bibliotecário personalizado. Assim, os bibliotecários estão utilizando as funcionalidades destes sítios web para organizar e disseminar informação para os usuários e compartilhar com os colegas de profissão (REDDEN, 2010).

A navegação social possui outros termos similares. De acordo com Eltemasi, Naghshineh e Fooladi (2011), a *folksonomia* é também conhecida como etiquetamento social (*social tagging*), indexação social (*social indexing*), classificação social (*social classification*) e etiquetamento colaborativo (*collaborative tagging*) e, constitui a prática e o método de gerar colaborativamente e gerenciar etiquetas (*tags*) para anotar e categorizar conteúdo.

As ferramentas de classificação colaborativa possuem vários propósitos que podem ajudar na busca por informação e, conseqüentemente, se relacionar com o ambiente de pesquisa acadêmico. Redden (2010, p. 220) destaca alguns: 1) a organização e categorização de páginas web para recuperação eficiente; 2) manter páginas web acessíveis a partir de qualquer rede de computadores; 3) compartilhar recursos necessários ou desejados com outros usuários; 4) realizar a integração com as ferramentas de redes sociais e *mashups* para acessar páginas web que foram etiquetadas com RSS *feeds*, telefones celulares e Assistentes Pessoais Digitais (do inglês *Personal Digital Assistant* – PDA) para aumentar a mobilidade. Todos estes propósitos sugeridos pela autora permitem que professores e bibliotecários possam acompanhar o progresso dos estudantes e também oferecem a eles outra maneira de colaborar uns com os outros e fazer descobertas coletivas.

Na perspectiva de Nascimento e Neves (2010), a *folksonomia* tem como base a navegação social em que são exploradas as próprias preferências do usuário, para definir a relevância dos conteúdos. Se por um lado, buscadores como o Google utilizam algoritmos complexos para creditar relevância a um determinado sítio web, a navegação social utiliza um critério humano simples e interessante: os próprios usuários escolhem ou votam em um conteúdo, segundo opiniões pessoais. O conjunto de opiniões irá refletir, naquele momento, a avaliação do conteúdo, sem, no entanto, encerrar as possibilidades de novas alterações.

Nascimento e Neves (2010) acrescentam que a palavra *folksonomia* quer dizer “classificação feita por pessoas”. Ela deriva do termo “*folk*”, que significa pessoa, povo e “*taxonomia*”, que significa o estudo da classificação das coisas. Vander Wal (2007) criou a expressão para definir a forma como as pessoas identificam o mundo ao seu redor.

O uso da *folksonomia* teve início como um método para organização de recursos digitais na *web*, mas isso evoluiu e já há projetos desenvolvidos para etiquetamento de vários tipos de coleções, inclusive museus (CATARINO; BAPTISTA, 2007).

Neste sentido, uma proposta analisou a possibilidade de uso de *tags* no catálogo da Biblioteca da Universidade de Brunel⁸⁹, em Londres. Esta proposta manifestada por Anfinnsen, Ghinea e De Cesare (2011), conclui que há uma demanda por sistemas de classificação colaborativa, contudo isto está só em nível de protótipo. Uma das propostas seria perguntar ao usuário como ele quer classificar determinado livro. E esses autores concluem que, com o crescimento da *folksonomia*, a nuvem de *tags*, poderia ser restrita em alguns casos, já que diferentes usuários têm necessidades distintas. Assim, a busca dos termos menos populares poderia ser uma opção, enquanto outros preferem os vocábulos padronizados ou mais populares.

Um exemplo da classificação colaborativa pode ser observado no fórum intitulado MLibrary 2.0⁹⁰, realizado pela biblioteca da Universidade de Michigan-EUA, para a adoção das ferramentas da Web 2.0 no espaço da biblioteca, conforme a figura 14.

Figura 14 – Classificação colaborativa na MLibrary 2.0



Fonte: Alexander *et al.* (2008).

Léa Barros (2011) observa que, dentre as muitas questões surgidas com a implantação da internet e, mais recentemente, com a disseminação da web como meio interativo de comunicação, a produção e organização da informação não mais mediada por sistemas de informação formais e institucionais constitui-se em objeto de estudo e pesquisa por diferentes profissionais ligados à Ciência da Informação. Desta forma, Léa Barros (2011) lembra que a *folksonomia* surgiu como

⁸⁹ Sítio web Biblioteca Univ. Brunel: Disponível em: <<http://www.brunel.ac.uk/services/library/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

⁹⁰ Sítio web Mlibrary 2.0 Special Interest Group: Disponível em: <http://webservices.its.umich.edu/mediawiki/ml2sig/index.php/Main_Page>. Acesso em: 5 nov. 2013.

alternativa à organização e recuperação da informação, mantida pelo trabalho colaborativo e espontâneo dos usuários, então preocupados em organizar as informações publicadas e compartilhadas por eles próprios.

Assim, Santana e Santana (2010) sugerem uma possibilidade, que seria um sistema de bibliotecas no qual as obras adquiridas, ao chegarem ao sistema, sejam automaticamente catalogadas e expostas na página inicial do sistema, solicitando-se aos usuários que aplicassem a elas *tags*. Assim, as ontologias específicas de cada área as analisariam e se organizariam, detectando os descritores corretos. Esse sistema seria retroalimentado e dependeria da interferência do indexador na análise dos novos termos informados, que o avaliaria, de acordo com critérios preestabelecidos, como se daria a interação desse novo descritor dentro do sistema ontológico. A ferramenta de controle do sistema poderia automaticamente descartar o lixo existente (*tags ruins*) e traria estabilidade ao sistema de recuperação da informação.

Nem tudo, contudo, é perfeito, e, para Arch (2007), alguns riscos devem ser considerados quando se implanta a classificação colaborativa numa biblioteca, especialmente se o sítio web escolhido tem sua atualização franqueada livremente, pois usuários mal-intencionados podem sugerir outras etiquetas ou endereços de sítios web de conteúdo impróprio ou não relacionado com o assunto. Ainda segundo Arch (2007), outro risco a ser considerado deriva da grande variação de etiquetas em decorrência do grau de compreensão do assunto, de acordo com as palavras escolhidas.

Além disso, alguns desafios devem ser observados quando se usa a classificação colaborativa em BU. Redden (2010) indica que a classificação colaborativa exprime desafios na sua estrutura, com termos no singular e também no plural, e a dificuldade de usar frases como etiquetas.

Desta maneira, Gouvêa, Loh e Garcia (2008) procuraram identificar padrões de uso para o suporte a sistemas de *folksonomia* com vistas a mostrar métodos para a sugestão automática de *tags*. Os autores destacam o fato de que num sistema de *folksonomia*, a descrição da notícia para ser eficiente deve resultar em *tags* que, não somente façam a descrição do conteúdo de forma satisfatória, mas também realizem o agrupamento de notícias relacionadas desta forma, ou seja, de o usuário inserir *tags*, o próprio sistema pode sugeri-las. Com isso, Xu *et al.* (2006) definiram critérios para a geração de *tags* adequadas que podem ajudar nesta situação, a saber: cobertura de variados tópicos, popularidade, menor esforço, uniformidade e uso de sinônimos. Como observam Cattuto, Loreto e Pietronero (2006), no entanto, os usuários tendem a usar com maior frequência as *tags* adicionadas mais recentemente.

Uma possível solução ou alternativa seria, então, integrar estas redes sociais vistas ao longo deste trabalho em um só espaço, ou ponto de partida, para que o bibliotecário tivesse uma visão dos benefícios e riscos na sua adoção. Assim, pensando nisso, pode-se sugerir o emprego de um OPAC Social, que dará ao usuário o acesso a *microblogs*, *blogs* e redes sociais onde a biblioteca possui um

perfil e todas as demais ferramentas vistas aqui para aproveitar a interação do usuário junto aos serviços da biblioteca. Neste sentido, cabe destacar o conceito de um OPAC 2.0 e a próxima geração destes. A próxima seção irá aparentar uma ferramenta social que ajuda na catalogação, esta que compreende uma nova geração de catálogo OPAC, também chamado de catálogo OPAC Social, OPAC 2.0, ou simplesmente a próxima geração de catálogos OPAC que procuram aproveitar-se da inteligência coletiva para aplicar a filosofia existente na Web 2.0.

2.4.7 OPAC 2.0 e a próxima geração de catálogos automatizados

Ao longo do tempo, a biblioteca facilitou o acesso à informação, fazendo com que esta estivesse organizada por meio de um catálogo, contendo os registros de seu acervo. Além disso, deve ser ela um espaço múltiplo de comunicação, com o objetivo de facilitar a aprendizagem de seus consulentes e, dessa maneira, disponibilizar material que possibilite a geração do conhecimento. Com efeito, se observa que os itens disponibilizados podem ser do acervo físico ou virtual.

Nesse caso, por meio de um repositório digital presente no sítio web da biblioteca, podendo, igualmente, seu usuário realizar consulta bibliográfica ao catálogo, fazer reservas de itens do acervo físico e renovar empréstimos.

A oferta desses recursos, no entanto, é recente, visto que a automação dos catálogos iniciou-se na década de 1960 até o começo da década de 1970. A primeira geração de catálogos automatizados possuía registros com pouca informação bibliográfica e sem mecanismos para refinar a busca (BALBY, 2002; GARCÍA MARCO, 2002, tradução nossa). Tedd (1994) indicava que os primeiros catálogos automatizados eram compostos por cartões de 80 colunas, perfurados, que ajudavam na hora de imprimir a listagem de toda a coleção. Nesta época, também começaram a se desenvolver padrões que iriam ajudar os bibliotecários no seu fazer, como as Regras de Catalogação Anglo-Americana na segunda versão (em inglês, *Anglo-American Cataloguing Rules - AACR2*), a Norma Internacional de Descrição Bibliográfica (em inglês, *International Standard Bibliographic Description - ISBD*) e o Número Internacional Padronizado para Livros (em inglês, *International Standard Book Number - ISBN*).

Na segunda geração, que compreendeu a década de 1970, melhoraram-se a interface de busca, a descrição bibliográfica e as ferramentas de recuperação da informação, dentre outros recursos e acessos possíveis (GARCÍA MARCO, 2002, tradução nossa; BALBY, 2002). Tedd (1994) destaca o fato de que, neste período, ocorreu o crescimento dos sistemas cooperativos de catalogação entre as bibliotecas.

A terceira geração solucionou problemas, quando na década de 1980 foi disponibilizada a navegação por mapas de descritores, interfaces mais amigáveis para grupos de usuários específicos, a integração de novas ferramentas e fontes de informação (GARCÍA MARCO, 2002).

A quarta geração, apresentada por Boccato (2009, p. 56), teve início em 1993 e ainda se encontra em fase experimental, privilegiando o uso do hipertexto e de interfaces multimídias, a importação e exportação de registros, a integração de ferramentas de busca e fontes de informação, acentuando, assim, a interoperabilidade de sistemas de informação.

Margaix-Arnal (2007a) reforça a noção de que desde a origem dos OPAC, vários passos foram dados para melhorar a automação dos catálogos OPAC. As modificações mais destacadas foram: a) o acesso remoto, quando não havia mais a necessidade de ser consultado na própria biblioteca; b) o aparecimento das interfaces web, que permitiram aproveitar as potencialidades do hipertexto; c) o enriquecimento dos registros, quando foram acrescentadas novas informações: capa do livro digitalizada, sumário, etc.; d) integração com outras ferramentas de informação, especialmente por meio de tecnologias de *links* como a OpenURL⁹¹; e) contribuições originadas de disciplinas, como a Recuperação da Informação, a Usabilidade, a Arquitetura da Informação etc.; e f) melhora da experiência de busca, com novas formas de visualização da informação e navegação.

Byrum (2005) destaca o fato de que hoje os usuários que buscam informação estão condicionados a fazer pesquisa nos mecanismos de busca da *Internet* em razão do retorno imediato de resultado daquilo que procuram em contraste. Os tradicionais OPAC não fornecem a facilidade de uso nem o acesso à informação desejada.

Coyle (2007) indica ainda que um ambiente de informação baseada na distribuição de recursos eletrônicos é muito menos organizado geograficamente do que no mundo físico. Assim, Coyle (2007) destaca a ideia de que no “mundo 2.0” interconectado, o princípio de organização está baseado no serviço, e não na instituição ou na localização geográfica. Neste espaço, Coyle (2007) completa, os usuários também se sentem confortáveis em compartilhar recursos informacionais e combiná-los com outros usuários e, desse modo, obter um retorno de outros usuários ajudará a compreender e expandir a percepção de um assunto.

Segundo Oliveira (2008), os catálogos são diversamente designados por catálogos de computador (*computer catalogs*), catálogos online (*online catalogs*), catálogos de fichas automatizados (*automated card catalogs*), catálogos de acesso de cliente (*patron access catalogs*), ou catálogo em linha de acesso público (*online public access catalogs* - OPAC), sendo este último o mais adotado na literatura. (HILDRETH, 1985 *apud* OLIVEIRA, 2008).

⁹¹ OpenURL é um formato padronizado de *Uniform Resource Locator* (URL), com vistas a permitir que os usuários da Internet encontrem mais facilmente uma cópia de um recurso que eles têm permissão para acessar.

Mais recentemente, com a adoção das redes sociais da *Web 2.0*, surgiu a expressão “Social OPAC”, cunhado por John Blyberg no seu *blog* blyberg.net⁹² em 2007. O *OPAC Social*, que nesta pesquisa simplesmente traduzimos como “catálogo em linha de acesso social”, traz consigo uma série de inovações jamais vistas em um OPAC. O analista de sistemas Blyberg desenvolveu esta versão de catálogo por meio do sistema de gerenciamento de conteúdo Drupal, junto com o sistema de automação Encore, na Ann Arbor District Library, em Michigan (EUA). Ele destaca, entre outras funcionalidades, a que permite ao usuário cadastrado fazer revisões de material presente no catálogo, a indexação pessoal dos itens e também a recuperação da informação por meio de uma busca multifacetada, enfatizando que o conceito não é novo em si, mas a natureza de sua utilização é que sugere algo inovador.

O conceito de OPAC 2.0 pode ser entendido como a aplicação das tecnologias e atitudes da Web 2.0 ao catálogo bibliográfico, embora existam referências a expressão OPAC Social, que é muito similar ao OPAC 2.0, com a diferença de que o primeiro teria como principal objetivo o aproveitamento da inteligência coletiva e suas funcionalidades fossem construídas baseadas em *software* social (KRAJEWSKI, 2006; BREEDING, 2007; MARGAIX-ARNAL, 2007, MANIEGA-LEGARDA, 2008).

Consoante Margaix-Arnal (2007b), em termos de vantagens, o OPAC 2.0 contribui tanto para a biblioteca como para o usuário deste espaço, conforme a seguir: para a biblioteca, a) disponibiliza mais informação para a indexação dos documentos; b) obtêm mais dados sobre o uso e interesse pela coleção; c) procura fidelizar o usuário por meio de um OPAC com maior valor agregado. Para o usuário, e) disponibiliza de uma ferramenta com maior personalização; f) permite estabelecer suas próprias palavras-chave; g) mais opções de busca e navegação; h) nova informação para selecionar documentos de seu interesse; e i) facilita a informação aos grupos de interesse ou a serendipidade⁹³.

As características presentes no OPAC Social que serão aqui destacadas estão em pleno uso por alguns *softwares* de automação de bibliotecas, principalmente de empresas que já dominam o mercado de OPAC (MARCHITELLI; PIAZZINI, 2008).

De acordo com Margaix-Arnal (2007a), existem diversos modelos de OPAC Social que estão adotando distintas soluções tecnológicas. Os modelos mais destacados estão delineados na sequência.

a) **OPAC tradicionais que acrescentam informação aos seus registros:** se trata de Sistema Integrado de Gestão Bibliotecária (SIGB) que enriquece o registro bibliográfico com

⁹² *Blog* de John Blyberg: Disponível em: <<http://www.blyberg.net/2007/01/21/aadlorg-goes-social/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

⁹³ A serendipidade refere-se as descobertas afortunadas feitas, aparentemente, por acaso.

funcionalidades sociais. Existem vários exemplos, como o WorldCat⁹⁴, que permite aos usuários inserir informação sobre os livros, ou o da Biblioteca Virtual Cervantes⁹⁵, onde cada obra conta com seu fórum de discussão ou ainda o mais destacado de todos, que é o Catálogo da Ann Arbor District Library⁹⁶, que permite aos usuários incluir comentários, etiquetas e pontuações, combinando a informação do OPAC com a informação social recolhida de um gestor de conteúdos (em inglês, *Content Management System*) (BLYBERG, 2007).

b) **OPAC construídos com ferramentas de busca externas ao SIGB:** a busca da informação se realiza com ferramentas específicas que constroem uma nova interface de usuário desvinculada do SIGB. Essas ferramentas melhoram sensivelmente a indexação, a classificação da relevância dos resultados etc.; e tornam o OPAC mais amigável. Neste grupo, estão ferramentas como Endeca, implementada na biblioteca universitária da Carolina do Norte (em inglês, *North Carolina State University*)⁹⁷ (ANTELMAN; LYNEMA; PACE, 2006), a ferramenta AquaBrowser⁹⁸ implantada na biblioteca da Universidade de Edimburgo (Escócia) (WATSON; ROWAN, 2008) e o Primo da Ex Libris⁹⁹.

c) **OPAC construídos com *software* social**, como, por exemplo, o WPOPAC, que utiliza o *software* para *blogs* WordPress e que dava ao catálogo uma estrutura de *blog* com todas suas funcionalidades (comentários, *links* permanentes etc.). Segundo Schnell (2006), o bibliotecário norte-americano Casey Bisson foi quem o desenvolveu na biblioteca universitária de Plymouth State em 2006.

d) **Bibliotecas que utilizam os *blogs* para difundir suas novidades bibliográficas.** Sem chegar a desenvolver um OPAC social, usam plataforma de *software* social para difundir as novidades. É permitido aos usuários inserir comentários e inscrever-se em canais para atualizar as notícias por meio da tecnologia RSS. São exemplos deste tipo de serviço a Biblioteca de Muskiz¹⁰⁰ (JUARÉZ URQUIJO, 2006) ou o *blog* “365 días de libros”¹⁰¹ da Biblioteca da Universidad Carlos III de Madri (LÓPEZ HERNÁNDEZ; PENADÉS DE LA CRUZ, 2007).

⁹⁴ WorldCat. Disponível em: <<http://www.worldcat.org/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁹⁵ Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Disponível em: <<http://www.cervantesvirtual.com/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁹⁶ Catálogo da Ann Arbor District Library. Disponível em: <<http://www.aadl.org/catalog>>. Acesso em: 10 jul. 2013

⁹⁷ Catálogo Endeca da NCSU Library. Disponível em: <<http://www.lib.ncsu.edu/catalog/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁹⁸ Aquabrowser Serial Solutions. Disponível em: <<http://www.serialssolutions.com/en/services/aquabrowser/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

⁹⁹ Catálogo Primo da Ex Libris. Disponível em: <<http://www.exlibrisgroup.com/category/PrimoOverview>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

¹⁰⁰ Catálogo da Biblioteca de Muskiz. Disponível em: <<http://www.muskiz-liburutegia.org/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

¹⁰¹ *Blog 365 días de libros* da biblioteca da Universidad Carlos III de Madri. Disponível em: <<http://365diasdelibros.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

e) **Bibliotecas que utilizam serviços de marcadores sociais como ferramenta de descoberta de informação.** Este é o caso do serviço PennTags¹⁰² da Universidade da Pensilvânia (EUA). Que está construído com base em um serviço de marcadores sociais (em inglês, *social bookmarking*). (STEELE, 2009).

Blyberg (2009) destaca que existem três tipos de OPAC que se apresentam de forma interativa: 1-Pseudo/Semissocial (em que a autoridade é apresentada como colaborativa), como exemplo, do catálogo Encore aqui representado na figura 15. 2-Socialmente “Sindicado” (em que o usuário interage indiretamente com dados de terceiros) como, por exemplo, o LibraryThing representado na figura 16. 3- Individualizado Socialmente (em que o usuário interage diretamente com os dados apresentados no conteúdo do catálogo) como, por exemplo, da Hennepin County Library¹⁰³, representado na figura 17.

O Catálogo Semissocial da Encore expressa algumas características que podem ser consideradas como presentes na Biblioteca 2.0. Ao se realizar uma busca de um título no acervo, é possível verificar por meio do resultado aqueles itens que são mais relevantes ou ainda recuperar por título ou assunto, é possível ver ainda espaços que permitem ao usuário melhorar o processo de recuperação da informação por meio de filtros exibidos por meio de uma busca multifacetada.

A busca multifacetada conforme indica Sturtz (2006), usa um guia de navegação que oferece ao usuário a possibilidade de localizar rapidamente os itens do acervo do catálogo OPAC por meio de formato do registro, tipo de coleção, localização, idioma, data de publicação etc., que são encontrados na base de dados do catálogo OPAC.

No campo da Biblioteconomia e Ciência da Informação a teoria da análise facetada foi desenvolvida por S. R. Ranganathan, considerado um dos maiores expoentes da área, e pelo Grupo de Pesquisa em Classificação (em inglês, *Classification Research Group*), estabelecido na Inglaterra em 1952 para estudar a natureza da classificação e a existência de sistemas de classificação bibliográfica (SPITERI, 1998).

A recuperação no catálogo Semissocial da Encore pode ser feita também por *tag clouds*, que são descritores muito utilizados no contexto em que se fez a busca daquela expressão. Outra característica importante é o espaço onde o usuário cadastrado pode realizar comentários sobre os itens da coleção (NERO; WEBB, 2009). Tudo isso pode ser visto na figura 15.

¹⁰² Ferramenta PennTags da Universidade da Pensilvânia (EUA). Disponível em: <<http://tags.library.upenn.edu/>>. Acesso em: 10 set. 2013.

¹⁰³ Catálogo OPAC 2.0 Biblioteca de Hennepin County: Disponível em: <<https://catalog.hclib.org/ipac20/ipac.jsp?profile=elibrary>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

Figura 15 – Catálogo social Encore da Universidad Complutense de Madrid

The screenshot displays the Encore social catalog interface. At the top, there is a search bar with the text 'Library 2.0' and a search button. To the right, there are links for 'Espaço p/ Comentário' and 'Biblioteca Universidad Complutense'. Below the search bar, there are filters for 'Limitar por:' including 'DISPONIBILIDAD', 'ENCENTRADO EN', 'FORMATO', 'COLECCIÓN', 'UBICACIÓN', 'IDIOMA', 'FECHA DE PUBLICACIÓN', and 'LUGAR'. The main content area shows search results for 'Library 2.0 (1 - 12 of 12)'. The first result is 'Library 2.0 and beyond : Innovative technologies and tomorrow's user / edited by Nancy Courtney', followed by 'Library 2.0 : initiatives in academic libraries / Laura B. Cohen, editor' and 'How to use Web 2.0 in your library / Phil Bradley'. A 'Tag cloud' is visible on the right side of the results, listing various tags like 'internet', 'borjes', 'literatura y ciencia', etc. There are also buttons for 'Itens Relevantes' and 'Tag cloud' pointing to specific results.

Fonte: Vieira e Baptista (2010).

Hoje em dia com o advento das ferramentas 2.0, muitos sítios web estão permitindo aos usuários etiquetar (criar “tags”) conteúdo que fornecem aos sítios web suas palavras-chave para descrever sítios web, imagens ou outro conteúdo. De acordo com Rolla (2009), a possibilidade de a biblioteca fornecer ao usuário a funcionalidade de etiquetar conteúdo oferece um modo de as bibliotecas melhorarem o acesso a determinado assunto presente no material componente daquela coleção da biblioteca.

A nova geração de catálogos OPAC, como os desenvolvidos pela Endeca, Aquabrowser, e Encore, oferece vários tipos de *tag clouds*.

No contexto dos serviços da Web 2.0, o etiquetamento social é um método de etiquetar de forma colaborativa um conjunto de objetos compartilhados pela comunidade de usuários (por exemplo: documentos, figuras e outros conteúdos), para uma futura navegação, filtro ou busca (MALIZIA; DE ANGELI; LEVIALDI, 2008).

O catálogo socialmente “sindicado”, chamado LibraryThing¹⁰⁴, é um sítio web de catalogação e rede social para amantes dos livros. A sua versão para bibliotecas conhecida como LibraryThing for Libraries¹⁰⁵, disponibiliza para as bibliotecas o enriquecimento do conteúdo presente nos registros do catálogo OPAC por meio de *tag clouds*, recomendações de livros similares e *links* para outras edições e traduções para outras línguas (VOORBIJ, 2012).

Cabe destacar, a noção de que sua interface já foi traduzida para a língua portuguesa; nele é possível enxergar as *tag clouds* (palavras-chave) que aquele item do acervo relaciona. Algumas

¹⁰⁴ Sítio web LibraryThing: Disponível em: <<http://br.librarything.com/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹⁰⁵ LibraryThing for Libraries. Disponível em: <<http://www.librarything.com/forlibraries/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

funções em destaque são: o espaço para avaliação estatística pelo público/usuário daquele item presente no catálogo por meio de estrelas, e ainda formular uma lista de desejos com itens que compõem o acervo, bem como fazer resenhas críticas sobre determinado item.

Figura 16 – Catálogo social LibraryThing



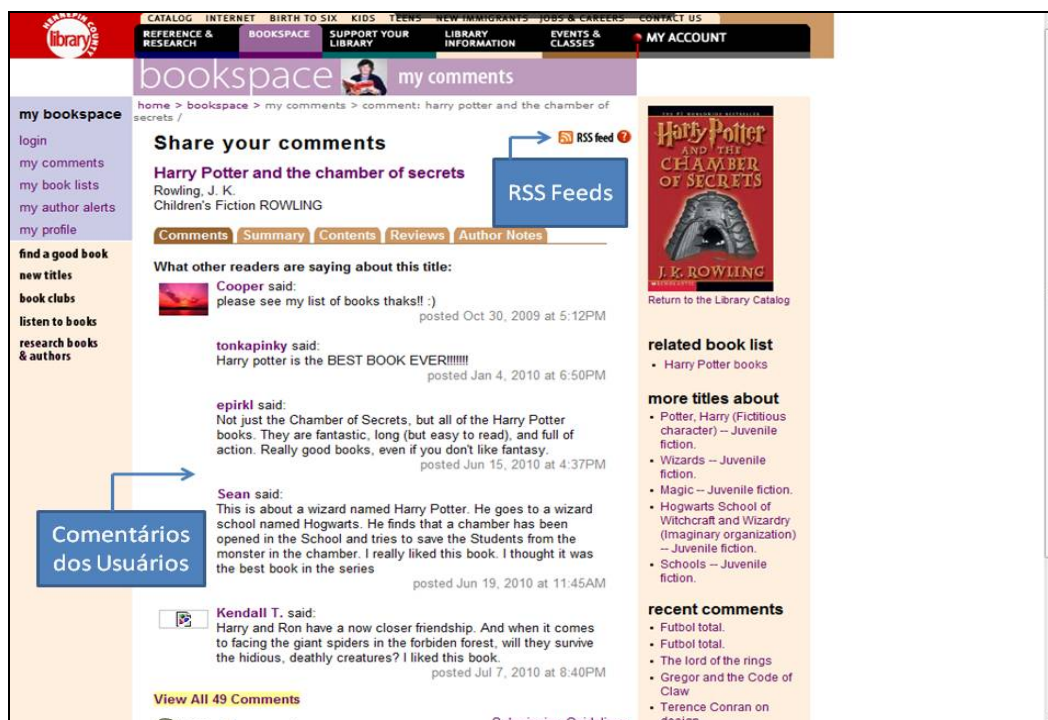
Fonte: Vieira e Baptista (2010).

Enfim, as aplicações de etiquetamento social oferecem revolucionárias implicações para que os catálogos OPAC de bibliotecas universitárias se tornem colaborativos e interativos (REDDEN, 2010).

O *Social OPAC* da Hennepin County Library¹⁰⁶ permite, dentre outras funcionalidades, compartilhar comentários com outros usuários dos itens da coleção e ainda criar um perfil pessoal de usuário da biblioteca que possa instituir uma lista de livros, indicando aqueles que se pretende ler no futuro, ativar alertas sobre títulos de autores de interesse, tudo isso por meio do cartão que o usuário obtém quando se inscreve nesta biblioteca, conforme a figura 17.

¹⁰⁶ Sítio web Biblioteca de Hennepin County: Disponível em: <http://www.hclib.org/>. Acesso em: 5 nov. 2013.

Figura 17 – Catálogo social da Hennepin County Library



Fonte: Hennepin Library County (2011).

A expressão “Próxima Geração de Catálogos *Online*”, do inglês “*Next Generation Library Catalogs*”, refere-se, de acordo com Tam, Cox e Bussey (2009), ao novo *design* dos catálogos OPAC que objetiva promover melhor funcionalidade em termos de coleções e serviços para as bibliotecas.

Um catálogo OPAC, ajuda essencialmente um estudante a localizar efetivamente um recurso oferecido por uma biblioteca, mas, de acordo com Danskin (2006), existem algumas evidências de que está havendo um decréscimo no uso desses tipos de catálogos pelos estudantes em virtude da adoção dos sítios de pesquisa na *Internet*, como o Google¹⁰⁷ e o Bing¹⁰⁸, por exemplo.

Há muitas características propostas para incorporar na próxima geração de catálogos de bibliotecas (SCHNEIDER, 2006a, b, c; SIERRA; RYAN; WUST, 2007; PATTERN, 2008; BREEDING, 2008; DENHOLM *et al.*, 2009), as características mais comuns para a próxima geração de catálogos OPAC são agrupadas em três categorias: 1) aqueles OPAC que melhoram a funcionalidade da pesquisa; 2) os que possuem tecnologias da Web 2.0 e a funcionalidade de recomendar; e 3) aqueles que enriquecem o conteúdo.

Segundo Tam, Cox e Bussey (2009), para melhorar a experiência do usuário com os catálogos OPAC, uma das funcionalidades que estarão presentes nesta nova geração de catálogo são as buscas multifacetadas, que agrupam o resultado da pesquisa por categoria, como, por exemplo:

¹⁰⁷ Sítio web Google: Disponível em: <<http://www.google.com.br>>. Acesso em: 08 mai. 2013.

¹⁰⁸ Sítio web Bing: Disponível em: <<http://www.bing.com/>>. Acesso em: 08 mai. 2013.

por autor, assunto, conteúdo, suporte, língua e ano. Outra funcionalidade que destacam Tam, Cox e Bussey (2009) é o *ranking* de relevância (em inglês, *relevance-ranking*), onde os usuários de biblioteca podem ter o resultado da pesquisa no catálogo por ordem de relevância.

O foco dos desenvolvedores de *softwares* para bibliotecas, nas implementações de catálogo OPAC, é a possibilidade de sugerir o empréstimo de itens do catálogo de acordo com a utilização dos usuários, filosofia esta incorporada pelas lojas virtuais, onde o usuário, ao fazer uma consulta a um item que almeja comprar, fica sabendo da aquisição de itens correlatos por outros usuários.

Um sistema de recomendação surge em resposta ao desafio de fornecer sugestões de itens aos usuários que gostariam de tê-las (ADOMAVICIUS; TUZHILIN, 2005). Para fornecer uma recomendação apropriada ao usuário, os sistemas requerem informações que incluem características, preferências, e necessidades que tipifiquem o modelo do usuário (GODOY; AMANDI, 2005).

Situam-se nesta categoria de catálogos vários produtos de propriedade de fornecedores distintos, como, por exemplo: Aquabrowser da Serials Solutions¹⁰⁹, Encore da Innovative Interfaces¹¹⁰, Primo da Ex Libris¹¹¹, Prism da Capita¹¹², WorldCat Local da OCLC¹¹³, Endeca Technologies da Oracle¹¹⁴, e outros que são *softwares* livres como o Vufind¹¹⁵, o Library Find¹¹⁶ e o Liblime da Koha¹¹⁷ (BREEDING, 2008).

O conteúdo do catálogo OPAC pode ainda ser enriquecido com a inclusão do sumário do livro e a visualização da capa (BREEDING, 2008). Outras novas funcionalidades sugeridas são: classificação por popularidade, possibilidade de rever suas últimas pesquisas, o *link* para as fontes secundárias, a nuvem de *tags* e ainda a possibilidade de compartilhar os resultados com as redes sociais.

Tam, Cox e Bussey (2009) realizaram pesquisa junto a estudantes de três universidades distintas (University of Wisconsin-Madison, National University of Singapore, University of Sheffield) cujo resultado indicou que quatro funcionalidades estão sendo mais procuradas por estes usuários na hora de utilizar a nova geração de catálogos de bibliotecas: a busca multifacetada, a nuvem de *tags*, o *ranking* de relevância e as sugestões de empréstimos. Na pesquisa, os autores

¹⁰⁹ Site web Aquabrowser: Disponível em: <<http://www.serialssolutions.com/en/services/aquabrowser/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹¹⁰ Site web Encore: Disponível em: <<http://encoreforlibraries.com/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹¹¹ Site web Primo Ex-Libris: Disponível em: <<http://www.exlibrisgroup.com/category/PrimoOverview>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹¹² Site web Capita Prism: Disponível em: <<http://www.capita-softwareandmanagementservices.co.uk/software/Pages/libraries-prism.aspx>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹¹³ Site web Worldcat: Disponível em: <<http://www.oclc.org/pt-americalatina/worldcat.html>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹¹⁴ Site web Endeca: Disponível em: <<http://www.oracle.com/us/corporate/acquisitions/endeca/index.html>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹¹⁵ Site web Vufind: Disponível em: <<http://vufind.org/>>. Acesso em: 5 nov. 2013..

¹¹⁶ Site web Libraryfind: Disponível em: <<http://libraryfind.org/>>. Acesso em: 5 nov. 2013..

¹¹⁷ Site web Koha: Disponível em: <<http://www.koha.org/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

ainda destacam que as etiquetas de classificação (*tagging*), as revisões dos usuários e o RSS são as funcionalidades menos relevantes.

De acordo com Maniega-Legarda (2008), três propostas podem ser adicionadas a estas funcionalidades que irão estar presentes no catálogo OPAC 2.0: 1) permitir a criação de minicoleções de documentos de forma que o usuário possa criar uma lista pessoal de favoritos; 2) aplicar a geolocalização de documentos para encontrar geograficamente tanto o documento quanto as bibliotecas que possuem fisicamente algo semelhante ao serviço Maps2books de Jorge Serrano¹¹⁸; e 3) ajudas visuais em tempo real, semelhantes a um serviço de mensagem instantânea.

Ainda seguindo nesta linha das funcionalidades de um catálogo OPAC 2.0, Mercun e Zumer (2008) observaram as funcionalidades de seis diferentes catálogos OPAC das bibliotecas de Ann Arbor District Library (A)¹¹⁹, Hennepin County Library (H)¹²⁰, Queens Library (Q)¹²¹, Phoenix Public Library (P)¹²², WorldCat¹²³, catálogo tradicional esloveno COBISS¹²⁴, que incorporam características relacionadas com as particularidades presentes na Web 2.0 que são relacionadas com a busca, a página de resultados e a navegação, o conteúdo enriquecido e as listas de recomendação, a participação dos usuários, a personalização do perfil do usuário e outras tendências, resumidas no quadro 9.

¹¹⁸ Sítio web Maps2books: Disponível em: <<http://www.slideshare.net/calsi/agregacin-y-recuperacin-de-informacin-bibliografica-en-servicios-library-20-el-caso-de-maps2books>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹¹⁹ Sítio web Ann Arbor District Library: Disponível em: <<http://www.aadl.org/catalog>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹²⁰ Sítio web Hennepin County Library: Disponível em: <<https://catalog.hclib.org/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹²¹ Sítio web Queens Library: Disponível em: <<http://www.queenslibrary.org/>>. Acesso em: 5 nov. 2013. (nota: esta biblioteca mudou recentemente de catálogo OPAC)

¹²² Sítio web Phoenix Public Library: Disponível em: <<http://www.phoenixpubliclibrary.org/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹²³ Sítio web Worldcat: Disponível em: <<http://www.worldcat.org/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹²⁴ Sítio web Cobiss: Disponível em: <<http://www.cobiss.si/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

Quadro 9 – Características e funcionalidades presentes em catálogos OPAC 2.0

| Busca | A | H | Q | P | W | C |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| <i>Campo de busca de palavras-chave em todas as páginas</i> | +/- | +/- | ++ | ++ | ++ | - |
| <i>Corretor ortográfico</i> | ++ | ++ | ++ | ++ | - | - |
| <i>Correção automática de termos</i> | - | - | - | ++ | - | - |
| <i>Pesquisa inicial por categorias (autor, data, título, suporte)</i> | +/- | +/- | +/- | ++ | - | - |
| <i>Busca por texto completo</i> | - | - | - | - | - | - |
| Página de Resultados e Navegação | A | H | Q | P | W | C |
| <i>Ranking de relevância</i> | - | - | ++ | ++ | ++ | - |
| <i>Navegação facetada</i> | - | - | ++ | ++ | - | - |
| <i>Barra de navegação</i> | - | - | + | ++ | + | - |
| Conteúdo enriquecido e listas de recomendação | A | H | Q | P | W | C |
| <i>Imagens da Capa do Livro, Periódico</i> | ++ | + | ++ | ++ | + | - |
| <i>Revisão</i> | ++ | ++ | - | ++ | - | - |
| <i>Sumário do livro / Anotações</i> | ++ | ++ | ++ | ++ | + | +/- |
| <i>Texto introdutório do Registro</i> | - | ++ | ++ | ++ | - | - |
| <i>Tabela de conteúdo</i> | ++ | ++ | ++ | ++ | - | +/- |
| <i>Novos itens, mais popular, itens recém-devolvidos, listas de recomendação</i> | + | ++ | ++ | ++ | - | - |
| <i>"Mostre Itens similares"</i> | + | - | - | ++ | - | - |
| <i>Conteúdo de áudio e vídeo</i> | - | + | +/- | +/- | - | - |
| Participação do Usuário | A | H | Q | P | W | C |
| <i>Avaliações e revisões</i> | ++ | + | - | +/- | ++ | - |
| <i>Comentários</i> | ++ | ++ | - | - | - | - |
| <i>Tags</i> | ++ | - | - | - | - | - |
| <i>Listas</i> | - | + | - | ++ | + | - |
| <i>Serviço de Mensagem-Instantanea (usuário-bibliotecário)</i> | - | + | + | - | - | + |
| <i>Forum</i> | - | - | - | - | - | - |
| Personalização do Perfil do Usuário | A | H | Q | P | W | C |
| <i>Acesso automático</i> | ++ | ++ | - | - | - | - |
| <i>Armazenamento de buscas</i> | - | - | ++ | ++ | - | - |
| <i>Atividades recentes</i> | +/- | - | - | - | - | - |
| <i>Visão geral e edição do conteúdo criado</i> | ++ | ++ | - | + | + | - |
| <i>Lista de itens salvos</i> | + | ++ | - | ++ | ++ | +/- |
| <i>Personalização da página web</i> | + | + | + | - | +/- | - |
| <i>Notificação personalizada de emails</i> | - | ++ | + | + | - | + |
| <i>Recomendações personalizadas</i> | - | - | - | - | - | - |
| Outras tendências | A | H | Q | P | W | C |
| <i>RSS feeds</i> | + | ++ | ++ | ++ | - | - |
| <i>Blogs</i> | ++ | ++ | - | - | - | - |
| <i>Conteúdo eletrônico para empréstimo on-line</i> | - | ++ | ++ | ++ | - | - |
| A = Ann Arbor District Library | | | | | | |
| H = Hennepin County Library | | | | | | |
| Q = Queens Library | | | | | | |
| P = Phoenix Public Library | | | | | | |
| W = WorldCat | | | | | | |
| C = COBISS | | | | | | |

Fonte: Mercun e Zumer (2008, p. 5); tradução nossa.

Maniega-Legarda (2008, p. 45) conclui, dizendo que o conceito de OPAC 2.0 ainda há de chegar a uma realidade, entretanto é bem possível que, quando isto acontecer, teremos que trocar o

nome para OPAC 3.0 em razão da forte presença conceitual notável da Web semântica, com a qual os catálogos terão que se entender.

Por fim, Margaix-Arnal (2007b) ressalta que, se o OPAC se aproveitar da inteligência coletiva proposta pela Web 2.0, isso trará benefícios para a biblioteca, para os usuários que contribuem com informação e os demais que se aproveitam dela; contudo, o autor ressalta que a elaboração destes catálogos requer maior participação dos usuários, portanto, a biblioteca deverá desenvolver ferramentas que estimulem a participação e o gerenciamento das relações com os usuários.

Síntese das Ferramentas da Biblioteca 2.0 abordadas na tese

Esta seção descreveu-nos os fundamentos teóricos acerca das ferramentas da Web 2.0, destacando as suas possibilidades para a comunicação e a promoção das bibliotecas. As ferramentas 2.0 oferecem inúmeros recursos interactivos, cabendo ao bibliotecário saber utilizá-las para usufruir de uma interação com o novo perfil de usuário do qual as bibliotecas procuram se aproximar.

Ante o exposto, relacionam-se os resultados obtidos nesta seção de forma a aplicá-los no desenvolvimento da análise de dados realizada nesta pesquisa, conforme descritos a seguir.

- *Blogs*: definição das possibilidades de adoção, tipologias e atributos observados em *blogs* e *microblogs*; a contribuição dos *blogs* e *microblogs* na comunicação da informação nas bibliotecas; a importância dos *blogs* e *microblogs* na recuperação da informação na web; o potencial de socialização e disseminação da informação oferecido pelos *blogs* e *microblogs*; a contribuição dos *microblogs* na geração e acompanhamento de tendências de informação na web; os princípios inibidores e motivadores da adoção dos *blogs* e *microblogs* em bibliotecas.¹²⁵
- *Wikis* : a importância dos *wikis* no fornecimento de um significado para encorajar e tornar visível o construtivismo social do conhecimento; a contribuição das *wikis* na gestão de projetos, gestão do conhecimento e como espaço colaborativo para a criação de um documento em bibliotecas; a importância dos *wikis* como plataforma colaborativa a ser utilizada externamente em programas de instrução e formação dos usuários de bibliotecas e internamente no planejamento organizacional da biblioteca¹²⁶.
- *Redes Sociais* : definição de tipologias e o estilo de gerenciamento das redes sociais pelas bibliotecas no sentido de aumentar sua presença na web; a importância das redes

¹²⁵ Ver seção 2.4.1

¹²⁶ Ver seção 2.4.2

sociais na integração dos serviços à estratégia de *marketing* das bibliotecas para se aproximar dos usuários; definição de um mapa mental com as sete atividades mais utilizadas pelos usuários de redes sociais¹²⁷.

- RSS : a contribuição da tecnologia RSS na disseminação da informação pelas bibliotecas; a importância da adoção da tecnologia RSS como meio de reutilização de recursos digitais para colocar a disposição do usuário de bibliotecas visando agregar conteúdo em um único espaço; a contribuição da tecnologia RSS para a transferência de conhecimento fornecendo para os usuários a informação atualizada e sobmedida¹²⁸.
- Conteúdo Multimídia compartilhado : a importância da adoção dos *sites* de compartilhamento de áudio, vídeo e imagens na melhoria do aprendizado dos usuários de bibliotecas; a importância da rede social temática Pinterest na promoção das coleções de bibliotecas¹²⁹.
- Classificação Colaborativa : a importância da disponibilização de ferramentas de classificação colaborativa pelos bibliotecários para apontar aos usuários páginas web que sejam úteis para os seus estudos bem como demonstrar o valor da alfabetização informacional; a importância da *folksonomia* para explorar as próprias preferências do usuário, para definir a relevância dos conteúdos das bibliotecas; a contribuição dos sistemas de *folksonomia* na sugestão automática de temas para os usuários de bibliotecas¹³⁰.
- OPAC 2.0 : definição das características, funcionalidades e aplicabilidades da próxima geração de catálogos *online*; a contribuição das novas funcionalidades existentes na próxima geração de catálogos *online* para permitir o enriquecimento/criação de conteúdo pelos usuários¹³¹.

Neste momento, após conhecer a teoria que envolve as ferramentas da Web 2.0, é importante definir o que é a Biblioteca 2.0, conceito este que surgiu desde o emprego das tecnologias presentes na Web 2.0 no espaço das bibliotecas.

¹²⁷ Ver seção 2.4.3

¹²⁸ Ver seção 2.4.4

¹²⁹ Ver seção 2.4.5

¹³⁰ Ver seção 2.4.6

¹³¹ Ver seção 2.4.7

2.5 Biblioteca 2.0: definições, características e riscos

Apesar de o conceito de Web 2.0 necessitar de melhor compreensão na área da Ciência da Informação, a aplicação do pensamento e das tecnologias Web 2.0 aos serviços das bibliotecas, é conhecida como “Biblioteca 2.0”.

Esta expressão foi primeiramente cunhada por Michael Casey, em seu *blog* LibraryCrunch¹³², em setembro de 2005, e assim a exploração desta foi seguida por muitos blogueiros. Segundo Maness (2007, p. 44), Biblioteca 2.0 é a aplicação de interação, colaboração e tecnologias multimídia baseadas em Web para serviços e coleções de bibliotecas baseados em Web. Essa nova concepção de Biblioteca 2.0 implica uma presença multimídia que vai permitir a participação conjugada de usuários e bibliotecários, numa interação que facilitará a experimentação de novos serviços eletrônicos nas bibliotecas.

Para Kwanya, Stilwell e Underwood (2012), muitos estudiosos concordam com a noção de que a Biblioteca 2.0 representa uma mudança na conceitualização e entrega de serviços da biblioteca. Uma corrente de estudo percebe a Biblioteca 2.0 como progressão dos modelos tradicionais de biblioteca (STEPHENS, 2005; ROTHMAN, 2006), outra observa que a Biblioteca 2.0 é melhor do que todos os modelos anteriores a ela (MILLER, 2006; SOLOMON, 2006), e outra corrente sustenta que a Biblioteca 2.0 é uma instância na continuidade do desenvolvimento das bibliotecas (CASEY; SAVASTINUK, 2007). Há, entretanto, um consenso de que, apesar de haver uma mudança representada pela Biblioteca 2.0, ela se encaixa muito bem com a história das bibliotecas e a sua missão, embora o seu significado traga consigo uma mudança paradigmática dos modelos convencionais de serviços de biblioteca (MANESS, 2007).

A teoria da Biblioteca 2.0, de acordo com Maness (2007), sugere algumas características essenciais ao seu funcionamento, quais sejam: é centrada no usuário; oferece uma experiência multimídia, sendo socialmente rica e comunitariamente inovadora conforme a Figura 18:

Um modelo de serviço de biblioteca, segundo Kwanya, Stilwell e Underwood (2012) pode ser assim percebido como tipo de serviços de biblioteca diferenciados por meio de características singulares como o tipo de coleção que possui, usuário-alvo, tipo de biblioteca (universitária, centro de pesquisa, escolar ou pública) nas quais são oferecidos serviços especiais baseados na filosofia e organização de uma biblioteca. O quadro 10 faz uma comparação entre os diversos tipos de bibliotecas.

¹³² Apesar da expressão ter sido cunhada por Michael Casey, em setembro de 2005, ele só tomou ciência da sua importância em maio de 2006, quando pôde relacionar o assunto ao uso das ferramentas da Web 2.0 e tornou a dicção de público domínio. Library Crunch, 2006. Disponível em: <<http://www.librarycrunch.com/2006/05/>>. Acesso em: 07 ago. 2013.

Quadro 10 – Comparação dos modelos de serviço de bibliotecas.

| Modelo | Coleção | Serviço | Recursos | Mediação | Local | Ano de Origem | Tipo de Biblioteca |
|---------------------------------|---|---|-----------------------------|---|---|---------------|-------------------------------------|
| Tradicional | Foco na propriedade da coleção geral | Tradicional "aquisição e empréstimo" | Física | Completa mediação de bibliotecários | Espaço Físico "sagrado" | 3600 A.C. | Pública, Escolar, Nacional |
| Posto Avançado (Outpost) | Foco menor na coleção; somente o que precisa | Menos Tradicional; Usuários passam muito pouco tempo na biblioteca | Menos física e mais digital | Menor mediação de bibliotecários | Uso liberal de espaço | 1731 | Pública, Escolar |
| Biblioteca Móvel | Foco menor na coleção; somente o que precisa | Tradicional "aquisição e empréstimo" | Física | Completa mediação de bibliotecários | Sem espaço | 1858 | Pública, Escolar |
| Livraria (Bookstore) | Foco no proprietário da nova coleção | Menos Tradicional; Incluindo espaços compartilhados | Física | Menor mediação de bibliotecários; mais autosserviço | Uso liberal de espaço | 1898 | Pública |
| Comunitária | Foco no proprietário da coleção onde está localizada | Tradicional "aquisição e empréstimo" | Física | Completa mediação de bibliotecários | Espaço Físico "sagrado" | 1960s | Pública, Escolar, Nacional |
| Incorporada (Embedded) | Foco na coleção especializada; Menos proprietária e mais acesso | Menos Tradicional; Serviços feitos sob medida para as necessidades do pesquisador | Mistura de Física e Digital | Menor mediação do bibliotecário; mais autosserviço | Uso liberal de espaço | 1970s | Universitária, C. Pesquisa |
| Digital | Foco no Acesso, no conhecimento e não nos recursos informacionais | Serviços não-convencionais que são adicionados por usuários e bibliotecários | Mais Digital Que Física | Completo autosserviço; Mediação mínima | Geralmente virtual | 1990s | Universitária, C. Pesquisa, Pública |
| Information Commons | Foco na coleção especializada; Menos proprietária e mais acesso | Serviços não-convencionais que são adicionados por usuários e bibliotecários | Mistura de Física e Digital | Menor mediação do bibliotecário; mais autosserviço | Uso liberal e inovador de espaço | 2000s | Universitária, C. Pesquisa |
| Biblioteca 2.0 | Foco no acesso e Sem proprietário relacionado ao conteúdo | Serviços não-convencionais que são adicionados por usuários e bibliotecários | Mistura de Física e Digital | Completo autosserviço; Mediação mínima | Uso extremamente liberal do espaço físico e virtual | 2005 | Universitária, C. Pesquisa, Pública |

Fonte: Kwanya, Stilwell e Underwood (2012).

Segundo Maness (2007), os detalhes da doutrina que cercam o conceito de Biblioteca 2.0 ainda indicam como as aplicações comuns à Web 2.0 continuarão a evoluir, e como bibliotecas poderiam utilizá-las e levá-las para os seus usuários, eles resultam em um processo sobre inovação.

A Biblioteca 2.0 é muito mais do que um conjunto de ferramentas sociais. Seu pensamento está voltado para uma filosofia de participação, assim como indicam Stephens e Collins (2007). Este pensamento envolve ainda alguns aspectos que devem ser observados quando a biblioteca irá interagir com o usuário, que são os seguintes:

Conversação: uma discussão aberta leva a transparência e honestidade, e que torna a biblioteca mais humana, real e pessoal, desde o momento em que o bibliotecário interage diretamente com os usuários.

Comunidade e participação: os usuários, por consequência desta abertura motivada pela conversação, estão envolvidos no planejamento de serviços da biblioteca, avaliando os serviços e sugerindo melhorias. Em uma conversação aberta, todas as opiniões que contribuem para a melhoria dos serviços são bem-vindas e abraçadas.

Experiência: a experiência oferecida pela biblioteca é gratificante. Ele traz à tona emoções para os usuários. Ela satisfaz o utilizador. A Biblioteca 2.0 estimula as pessoas, por meio da aprendizagem, descoberta e do entretenimento.

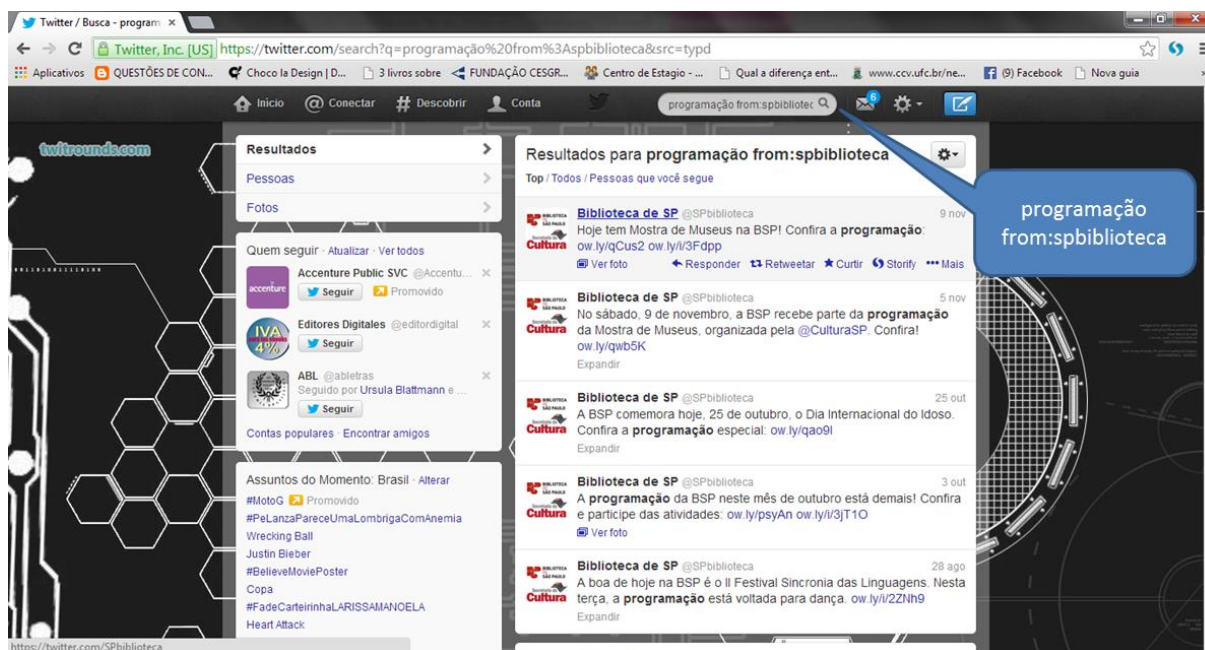
Compartilhamento: a Biblioteca 2.0 proporciona meios para que os usuários compartilhem informações via comunidades *online*, por meio de perfis de usuário incorporados ao catálogo ou *blogs* hospedados em servidores da biblioteca. Os usuários podem optar por compartilhar por meio do empréstimo de materiais oferecidos pela biblioteca – por meio dos comentários feitos após a devolução, uma lista de favoritos, interesses por títulos específicos, etc. – com os outros usuários existentes na comunidade *online* da biblioteca. Isto leva a conexões entre os usuários e a novas descobertas.

Assim, as bibliotecas, por meio do uso de coleções e fontes disponíveis, conforme indica Cohen (2008), foram transformadas em centros de criatividade, coleção, comentários e pensamento crítico, por meio da utilização de etiquetamento, compartilhamento, *bookmarking*, *podcasting* e outras ferramentas tecnológicas.

Na perspectiva de Rodríguez (2009), as ferramentas tecnológicas da Web 2.0, mais úteis para aplicar em uma biblioteca, são os *blogs*, *wikis*, redes sociais e *microblogs*, marcadores sociais, os buscadores sociais e a tecnologia de RSS. Ainda de acordo com Rodríguez (2009), as ferramentas da Web 2.0 podem ser classificadas de acordo com o tipo de biblioteca, a ferramenta utilizada e o usuário, porém ela ressalta que nenhuma delas é exclusiva de um tipo específico ou setor que compõe uma biblioteca.

É possível ainda destacar a adoção da “busca social” para encontrar informação por meio do buscador destas disponibilizado por estas ferramentas na internet quando certos tópicos são difíceis de encontrar em buscadores mais conhecidos. De acordo com McDonnell e Shiri (2011) a expressão “busca social” se refere ao uso das redes sociais para ajudar a encontrar informação na Internet. Richman (2007) observa que a busca social começou há algum tempo, quando os bibliotecários ajudavam a encontrar informação antes do aparecimento da web. Com o aparecimento da web, dos marcadores sociais, das discussões em *blogs*, redes sociais e o compartilhamento de informações nestas plataformas, a busca social se tornou uma ferramenta a mais para “garimpar” informação na Internet. A figura 18 mostra um exemplo de campo para buscar informações no *microblog* Twitter.

Figura 18 – Campo de busca social no *microblog* Twitter



Fonte: Elaborado, pelo autor, baseado no Twitter.

Nas bibliotecas públicas, Rodríguez (2009) sugere como ferramentas 2.0 que podem ser utilizadas *blogs* ou outra plataforma que integre serviços de “sindicação” de conteúdo RSS, serviço de marcação social que possibilite ao bibliotecário informar *links* relevantes para a pesquisa do usuário, a possibilidade de o usuário comentar *posts* feitos pelos bibliotecários nos *blogs*, a inclusão de entradas multimídias, vídeos, imagens, sons ou *podcasts*, e, ainda, a criação de perfis da biblioteca para serem disponibilizados em *microblogs* ou redes sociais.

Nas bibliotecas escolares de acordo com Rodríguez (2009), é possível fazer o uso das ferramentas 2.0 citadas na biblioteca pública, porém aqui neste tipo de biblioteca, poderá ser incluída a ferramenta *Wiki* para a criação de enciclopédias e dicionários *online* sobre determinado tema e também adotar plataformas que possibilitem o acesso de usuários adolescentes.

Nas bibliotecas universitárias ou especializadas, para Rodríguez (2009) as ferramentas são as mesmas das bibliotecas públicas, podendo, neste caso, serem acrescentados os mundos virtuais, como, por exemplo, o *Second Life*.

Assim, é possível observar a utilização destas ferramentas em bibliotecas públicas, escolares e universitárias ou especializadas, conforme pode ser observado no quadro 11.

Quadro 11– Classificação das ferramentas 2.0 por tipo de biblioteca

| Biblioteca | Ferramenta 2.0 |
|-------------------------------|--|
| Pública | <i>Blog</i> ou plataforma que integre os serviços de: “Sindicação” (se incluem os leitores e agregadores de <i>feeds</i>) Marcação social Possibilidade de comentar Possibilidade de realizar entradas multimídias “Busca social” <i>Microblogging</i> e Redes sociais |
| Escolar | <i>Blog</i> ou plataforma que integre os serviços de: “Sindicação” (se incluem os leitores e agregadores de <i>feeds</i>) Marcação social (especial para os docentes) Possibilidade de comentar Possibilidade de realizar entradas multimídias “Busca social” Repositórios colaborativos <i>Wikis</i> Rede social e <i>microblogging</i> (se são usuários adolescentes) |
| Universitária e Especializada | <i>Blog</i> ou plataforma que integre os serviços de: “Sindicação” (se incluem os leitores e agregadores de <i>feeds</i>) Marcação social (especial para os docentes) Possibilidade de comentar Possibilidade de realizar entradas multimídias Repositórios colaborativos Mundos Virtuais Rede social e <i>microblogging</i> |

Fonte: (RODRÍGUEZ, 2009, p. 15).

No quadro seguinte (Quadro 12), Rodríguez (2009, p. 16) destaca uma classificação das ferramentas da Web 2.0 de acordo com o setor em que é utilizada na biblioteca. Foram contemplados: o setor de referência, a área de promoção de serviços e extensão que podemos considerar como a área de *marketing* da biblioteca, a área de formação e apoio aos usuários da biblioteca, a área de promoção à leitura que também pode envolver o espaço infantil, o setor de processamento técnico voltado para a catalogação do acervo, e por último, a área de gestão e planejamento da biblioteca.

Quadro 12 – Classificação das ferramentas pelo setor da biblioteca

| Setor da Biblioteca | Ferramenta 2.0 |
|---|--|
| Referência Promoção dos serviços Extensão | Sugere-se uma plataforma web que atue como um portal de entrada da biblioteca integrando aplicações e serviços. As ferramentas mais apropriadas são os <i>blogs</i> ou as redes sociais, que contemplariam as aplicações nomeadas nos quadros 12 e 13 . Os <i>microblogs</i> seriam apropriados para promover serviços, eventos e leituras. Também, resulta apropriado implantar um leitor de <i>feeds</i> que atue de forma interativa e integradora. Embora o <i>chat</i> não seja um serviço estritamente 2.0, é recomendável sua inclusão no portal da biblioteca. Ele agiliza a comunicação e o intercâmbio entre o bibliotecário e os usuários, como também a dos usuários entre si. |
| Formação de usuários | <i>Blogs</i> , <i>wikis</i> |
| Animação e promoção à leitura | <i>Blogs</i> , Marcador social, <i>microblogging</i> |
| Processamento técnico | Marcadores sociais |
| Gestão e planejamento. Setor contábil administrativo | Mundos virtuais |

Fonte: Rodríguez (2009, p. 16).

Cabe ainda destacar que as ferramentas que são mais utilizadas nestes setores de forma independente são os *blogs*, *microblogs* e as redes sociais, mas existem casos de *blogs* e redes sociais onde num mesmo espaço é possível ter vários colaboradores publicando notícias e novidades sobre a biblioteca.

O quadro 13 destaca que tipo de usuário de biblioteca pode fazer uso das ferramentas da Web 2.0. Os tipos de bibliotecas citados anteriormente por Rodríguez (2009), - pública, escolar, universitárias ou especializada -, oferecem como possíveis usuários os docentes, pesquisadores, discentes, jornalistas e gestores de informações, além de empresários, comerciantes e profissionais em geral.

Quadro 13 – Classificação das ferramentas 2.0 pelo tipo de usuários de biblioteca

| Ferramenta 2.0 | Usuário |
|---|--|
| “Sindicação” de conteúdo (se incluem os leitores e agregadores de <i>feeds</i>) | Docentes, Pesquisadores, Discentes Jornalistas e gestores de inf., Empresários e Industriais, Comerciantes e Profissionais em geral, Empresas. |
| Marcadores sociais | Docentes, Pesquisadores, Bibliotecários, Discentes, Jornalistas e gestores de inf., Empresários e Industriais, Profissionais em geral, Adolescentes e Público em geral. |
| Etiquetamento social e nuvem de etiquetas | Todos. |
| Buscadores sociais | Todos. |
| Redes sociais | Pesquisadores, Profissionais em geral, Adolescentes. |
| Comunidades virtuais e fóruns | Pesquisadores e Profissionais em geral. |
| Mundos virtuais (Second Life) | Pesquisadores, participantes de projetos colaborativos, Docentes e Discentes, Profissionais em geral, Empresas. |
| <i>Blogs e microblogs</i> | Público em geral, Comunicadores sociais, Docentes e Agentes culturais. |
| <i>Wikis</i> | Docentes, Pesquisadores, participantes de projetos colaborativos. |
| Repositórios colaborativos | Público em geral, Adolescentes, Docentes, Jornalistas e gestores de inf. |

Fonte: Rodríguez (2009).

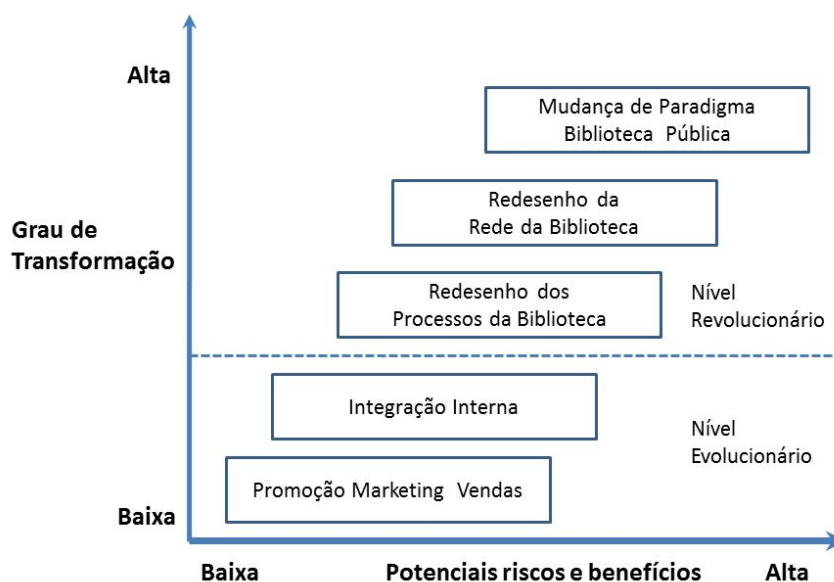
O arsenal de ferramentas Web 2.0, contudo, e a determinação de um perfil do profissional que conhecemos como Bibliotecário 2.0, isolados, não são suficientes. Para assegurar o sucesso, a Biblioteca Pública 2.0 requer pessoas para uma atuação conjunta: associações, cidadãos residentes no município, vários entusiastas e especialistas em vários campos, para compilar a informação compartilhada pelas pessoas (JURVANEN, 2008). Somente por um programa de *marketing* efetivo nas escolas, associações locais e com usuários de biblioteca, isso pode levar usuários de biblioteca a produzir conteúdo e manterem-se.

Neste sentido, Anttiroiko e Savolainen (2011) observam que o desafio das bibliotecas públicas pode ser traduzido em uma regra organizacional simples: no sentido de passar de uma transformação organizacional evolucionária para uma revolucionária, uma biblioteca necessita integrar a utilização da Tecnologia da Informação com a transformação de seu negócio principal e aquelas relacionadas ao contexto. Para reforçar isto, Venkatraman (1994) *apud* Anttiroiko e

Savolainen (2011), identificou cinco níveis de tecnologias capazes de transformar o negócio, que podem ser aplicadas a bibliotecas públicas.

Anttiroiko e Savolainen (2011) destacam ainda que o conceito de Biblioteca 2.0 promete renovar os serviços das bibliotecas públicas, mostrando que no início elas se utilizavam das tecnologias da Web 2.0 para propósitos de comunicação, compartilhamento de conteúdo, redes sociais e *crowdsourcing*¹³³. Assim, seguindo esta abordagem para o redesenho de processos de TI propostos por Venkatraman (1994) *apud* Anttiroiko e Savolainen (2011), observam que para alcançar a mensagem básica, o maior desafio para as bibliotecas públicas é o de encontrar maneiras de redesenhar os seus processos principais com a ajuda de aplicações Web 2.0 e tendências emergentes na área das redes sociais, conforme observado na figura 19.

Figura 19 – Abordagens para o redesenho de processos baseados em TI nas bibliotecas



Fonte: (ANTTIROIKO; SAVOLAINEN, 2011, p. 96).

Na adoção das funcionalidades da Biblioteca 2.0, dois tipos de ferramentas se destacam: as que oferecem possibilidade para divulgação e aquelas que proporcionam o compartilhamento de conhecimento. No primeiro tipo de interatividade, representado pelas ferramentas voltadas para funcionalidades da divulgação, existe o segundo grupo de ferramentas mais voltadas para o compartilhamento do conhecimento, como é o caso das OPACs Web 2.0, com catalogação compartilhada, como o LibraryThing, a *folksonomia*, a indexação colaborativa e os *bookmarks* (YONG-MI; ABBAS, 2010).

¹³³ O *crowdsourcing* é um modelo de produção que utiliza a inteligência e os conhecimentos coletivos e voluntários espalhados pela internet para resolver problemas, criar conteúdo e soluções ou desenvolver novas tecnologias. (CROWDSOURCING, 2012).

Segundo Yong-Mi e Abbas (2010), as ferramentas do segundo tipo constituem-se em modelo relacionado à iniciativa do usuário, enquanto *wikis*, *blogs* e *microblogs* constituem em modelo intermediário de participação repartida entre usuário e biblioteca, e os RSS e *podcast* dependem mais da iniciativa das bibliotecas. O quadro 14 destaca esses dois níveis de uso.

Quadro 14 – Níveis de uso das ferramentas da Web 2.0 em bibliotecas

| Níveis de Adoção das Ferramentas da Web 2.0 para Bibliotecas | |
|---|--|
| Divulgação de Informações | Compartilhamento de conhecimento |
| <i>Blogs</i> Redes sociais RSS <i>Streaming</i> (áudio, vídeo) | <i>Blogs</i> Redes sociais OPAC 2.0 <i>Folksonomia</i> /Indexação colaborativa <i>Wiki</i> |

Fonte: Adaptado de Yong-MI e Abbas (2010).

Assim sendo, o bibliotecário universitário deve reunir esforços com vistas a incorporar estas tecnologias junto às bibliotecas e atuar como facilitador dessas habilidades aos seus usuários como instrutores e agentes no ambiente acadêmico, oferecendo-lhes oportunidades no sentido de compartilhar, aprender e comunicar.

Uma dessas aplicações, utilizadas para a recuperação da informação nos catálogos *online* no padrão da Web 2.0, é a nuvem de etiquetas (*tag cloud* em inglês) que, de acordo com Guedes e Souza (2008), se originou das necessidades da Web para aumentar a interatividade do usuário com o conteúdo das páginas *web*, para fins de organização e, ao mesmo tempo, criarem um ambiente de navegação por conceitos onde a popularidade seria o principal critério de apresentação.

Blyberg (2006a) destaca 11 razões por que a Biblioteca 2.0 (B2) existe e é importante.

- **B2 requer uma reorganização interna** dos processos chave da biblioteca, e uma série de modificações drásticas na sua cultura interna. Será prioritário o investimento nos serviços de maior impacto para os usuários e o setor de informática deverá integrar-se em todas as seções da biblioteca para dar suporte aos novos serviços.
- **B2 exige uma mudança fundamental na missão da biblioteca**, que terá que redefinir-se mesmo sabendo que a organização pode ser muito restrita. O nosso planejamento deve estar centrado no usuário, em suas percepções da biblioteca e na melhora contínua e imediata do serviço.
- **B2 requer uma mudança importante no mercado como tratamos o princípio de “autoridade”**, B2 adota a filosofia implantada pelo Google, e que tanto incomoda aos defensores do controle de autoridade. Como vamos incorporar a nossos produtos conteúdos não controlados, que provenientes de nossos usuários? Chegou o momento de incorporar esses conteúdos e oferecê-los aos nossos usuários.

- **B2 requer agilidade tecnológica.** Não significa que a B2 seja somente tecnologia, tem muitos componentes não tecnológicos, mas isto requer uma tecnologia ágil já que este é o seu maior diferencial. A questão do custo de integração do *software* torna-se inócua, pois ele é gratuito e só necessita de energia, entusiasmo e iniciativa para ser implementado. É o espírito do beta perpétuo.
- **B2 exige uma mudança radical no modo como os fornecedores dos Sistemas de Gestão e Automação de Bibliotecas (SGAB) trabalham.** A mudança afeta, em grande parte os sistemas de gestão de bibliotecas e aos seus fornecedores, já que devem ser sistemas mais flexíveis que permitam a aplicação destes princípios e a participação mais ativa dos bibliotecários no desenvolvimento dos produtos.
- **B2 permite e requer que as bibliotecas trabalhem juntas.** Dessa forma coletiva teremos recursos e visibilidade que nos permitam oferecer serviços vitais a nossas comunidades. É a oportunidade de trazer algo de impacto.
- **B2 está acontecendo.** Tem muitas bibliotecas envolvidas que utilizam *chats* para referência virtual, instalam cafés em suas dependências, redigem novas políticas e criam novos serviços que refletem estas mudanças.
- **B2 é revolucionária.** Não é simplesmente uma adaptação para atender a uma demanda. Compara-se a introdução de um SGAB que envolve mudanças conceituais, programação, culturais e físicas que trazem como resultado a Biblioteca 2.0.
- **B2 é essencial para a sobrevivência e a relevância da biblioteca.** B2 não é uma opção, e se não está de acordo com seu significado pode correr o risco de desaparecer.

Pensando nestas mudanças, Kelly *et al.* (2009) indicam que, com a chegada da Biblioteca 2.0, o fato propiciou desafios consideráveis no ambiente político preparado para a Web 1.0. Assim, Kelly *et al.* (2009, p. 312) procuram estabelecer um *framework* para dar a certeza de que as instituições consideram os riscos associados com a utilização das tecnologias e serviços da Web 2.0 nas bibliotecas.

Neste sentido, Kelly *et al.* (2009) destacam vários contextos onde se exploram o uso da Web 2.0 nas bibliotecas, pois, seja numa perspectiva de uma biblioteca nacional, seja numa biblioteca universitária, ou numa biblioteca de um centro de pesquisa, é preciso identificar os riscos associados à adoção destas redes sociais.

De todo modo, os riscos a que Kelly *et al.* (2009) gravitam à órbita da “sustentabilidade dos serviços” oferecidos pela Web 2.0, que podem aparecer e desaparecer sem explicação do fornecedor. Também são relacionados os riscos da “preservação digital de conteúdo”, ofertado/armazenado por terceiros, dos riscos relacionados a “fatores humanos”, presentes na adoção de um *blog* ou de uma *wiki*, resultando na sequência na baixa atualização ou, quem sabe, na

inexistência de atualização realizada pelo autor destas ferramentas, valendo mencionar também os riscos oriundos da “acessibilidade dos usuários” ao sítio web e, por fim, os riscos legais e éticos relacionados à proteção de “jovens usuários”, que utilizam estas redes sociais de conteúdos inapropriados oferecidos pela Web.

De acordo com Rudman (2010), um dos principais riscos, que surgem quando se acessa a rede de computadores da instituição para aplicações externas, ou quando se conduz um negócio baseado na internet, é o risco de *hackers* terem acesso não autorizado às informações do sistema. A Web 2.0 aumenta o número de caminhos de acesso para usuários não autorizados fazer novas ameaças ou antigas ameaças de outras formas.

Desta forma, Rudman (2010) indica que, para compreender os riscos e educar os usuários, estes devem estar atentos e educados quanto a formas de proteção e políticas de acesso. Assim, o usuário deve ser treinado para:

- identificar as aplicações da Web 2.0 e compreender os riscos;
- ficar informado sobre as últimas notícias sobre atividades fraudulentas na *internet*;
- compreender as características de segurança da rede (incluindo a política de privacidade), que os sítios *web* fornecem, e ter certeza que eles estão sendo utilizados;
- abster-se de clicar em *links* suspeitos para usar somente aqueles *links* de sítios confiáveis; bem como não abrir arquivos desconhecidos.
- não abrir *emails* desconhecidos de fontes ou usuários desconhecidos;
- fazer uma consulta à equipe de informática sobre a segurança para utilizar sítios web desconhecidos;
- somente acessar sítios *web* com endereço URL (*Uniform Resource Locator* em português Localizador Padrão de Recursos, é o endereço de um recurso disponível em rede) conhecido; e
- compreender a importância da proteção do endereço IP e da segurança digital.

Consequentemente, Rudman (2010) expressa que, se estes controles forem implementados, isso poderá reduzir o número de vulnerabilidades que poderiam ser exploradas pelos *hackers*.

Síntese da Seção

Nesta seção procurou-se observar conceitos relacionados com a expressão ligada à “Biblioteca 2.0” e sua importância diante do contexto da participação dos usuários por meio de ferramentas tecnológicas que permitem a eles se comunicarem e desenvolverem um pensamento crítico e colaborativo.

Isto posto, como contribuições para esta seção que aborda os conceitos e a aplicação da “biblioteca 2.0” pode-se ressaltar.

- A classificação das ferramentas da Biblioteca 2.0 segundo o tipo de usuários, o setor da biblioteca e o tipo de biblioteca (RODRÍGUEZ, 2009).

- A apresentação de um quadro comparativo para situar os diversos tipos de modelos de bibliotecas (KWANYA; STILWELL; UNDERWOOD, 2012).

- A importância de se observar aspectos relacionados com os níveis de uso da Biblioteca 2.0 perante a divulgação e compartilhamento de informação pelos usuários (YONG-MI; ABBAS, 2010).

- As exigências e requerimentos observados na adoção dos princípios da Biblioteca 2.0 (BLYBERG, 2006a).

- A compreensão dos riscos envolvidos na adoção destas ferramentas 2.0 pelas bibliotecas (KELLY *et al.* 2009; RUDMAN, 2010).

A assimilação destas tecnologias da Web 2.0 nas bibliotecas traz diversos casos práticos. Após conhecer as características, riscos e benefícios observados neste contexto a próxima seção considerará alguns exemplos, independente da tipologia de biblioteca (pública, universitária, nacional, etc.) e também alguns trabalhos científicos sobre esta temática exibidos no Brasil.

2.6 Casos práticos da adoção de Biblioteca 2.0

Pensando nas práticas de adoção da biblioteca 2.0, a Biblioteca Nacional do País de Gales (BNPG) elaborou um relatório (BNPG, 2009)¹³⁴ contendo as estratégias que serão adotadas para aumentar sua presença na *Internet* por meio da integração do seu portfólio de serviços na Web a uma abordagem baseada na Web 2.0. Esta abordagem promoverá um renovado engajamento com a comunidade de usuários por meio de cinco objetivos-chave: 1) criar espaços para a inovação; 2) colaborar com os usuários; 3) compartilhar o conteúdo; 4) entregar serviços eficientes, utilitários e efetivos; e 4) criar com perspectiva no tempo.

Schwamm, Stephens e Cleeve (2009) destacam algumas recomendações para serem adotados por sítios *web* de bibliotecas nacionais, mas uma que sobressai é que a utilização de maior interatividade e geração de conteúdo pelo usuário (características da Web 2.0) poderia fornecer uma oportunidade de mostrar serviços focados nas necessidades do usuário destas bibliotecas.

Ao realizar uma pesquisa em 105 sítios web de bibliotecas nacionais de vários países em todos os continentes, os espanhóis Buígues-Garcia e Gimenez-Chornet (2012) observaram que

¹³⁴ Relatório de Estratégias da Biblioteca Nacional do País de Gales: Disponível em: < http://www.llgc.org.uk/fileadmin/documents/pdf/2009_Web_Strategy.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2013.

somente 27 deles poderiam ser considerados como no padrão da Biblioteca 2.0. A tabela 5 expressa o resultado das análises nos sítios web por continente e o percentual de bibliotecas no padrão 2.0 em cada continente.

Tabela 5 – Sítios web de bibliotecas nacionais com padrão de Biblioteca 2.0

| Continente | Nº Bibliotecas Nacionais | Nº Biblioteca 2.0 | % Bibliotecas 2.0 |
|--------------|--------------------------|-------------------|-------------------|
| África | 11 | 1 | 9,1% |
| América | 20 | 8 | 40,0% |
| Ásia | 21 | 1 | 4,761% |
| Europa | 51 | 15 | 29,4% |
| Oceania | 2 | 2 | 100,0% |
| Total | 105 | 27 | 25,7% |

Fonte: Buigues-Garcia e Gimenez-Chornet (2012, p. 8).

Pesquisa de Buígues-Garcia e Gimenez-Chornet (2012) destaca, ainda, que as ferramentas mais implementadas nas bibliotecas nacionais são as redes sociais (Facebook e Twitter) e serviços de informação ao usuário (RSS, publicação de boletins, *blogs* ou bibliotecas virtuais/digitais).

Casos de sucesso da Biblioteca 2.0 podem ser vistos em diversas partes do mundo, merecendo destaque o da Biblioteca Pública de Vancouver (BPV)¹³⁵, no Canadá. Segundo Cahill (2011), a BPV ingressou no Twitter em 2008. Nesta época, muitos dos casos de Biblioteca 2.0 que apareciam eram sem um objetivo claro ou senso de como eles usariam a sua presença no Twitter para fazer o engajamento com os seus usuários. Algumas destas histórias de sucesso do Twitter da BPV incluem, segundo Cahill (2011); a) *marketing* da biblioteca - quando os seguidores retuitaram por uma petição para ajudar a arrecadar fundos para a biblioteca; b) serviço ao cliente - para ajudar a biblioteca a arrumar mais cestos de lixo reciclável; c) centro de informação para emergências/desastres - quando houve um problema de energia em que o servidor de internet da biblioteca tirou o *site* da biblioteca do ar; d) engajamento da comunidade - compartilhando com os usuários sobre a inauguração de uma filial da BPV, oferecendo aos usuários fotos, vídeos e atualizações sobre os serviços desta nova unidade.

Já é possível visualizar um panorama da adoção de uso das ferramentas da Web 2.0 por BU localizadas na Austrália, Canadá, Reino Unido e Estados Unidos, conforme estudo de Tripathi e Kumar (2010). Esse estudo mostra que a tecnologia de Really Simple Syndication (RSS), o serviço de Instant Messaging ¹³⁶(IM) e *blogs* eram as ferramentas mais populares em 277 bibliotecas universitárias pesquisadas pelos autores.

¹³⁵ Sítio Web da Biblioteca Pública de Vancouver: Disponível em: <<http://www.vpl.ca/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

¹³⁶ Tradução para Serviço de Mensagens Instantâneas.

Assim, o resultado da investigação de Tripathi e Kumar (2010, p. 203-204) incluiu algumas boas práticas necessárias para integrar as ferramentas da Web 2.0 aos serviços da biblioteca, como podem ser vistas a seguir.

- a) Ferramentas Web 2.0, como os *blogs*, RSS, as redes sociais e as *wikis* deveriam ser utilizadas com propósitos bem definidos e normas de padronização. Esta etapa irá melhorar a confiabilidade das ferramentas da Web 2.0, além de melhorar a participação dos usuários nas atividades da biblioteca.
- b) As bibliotecas devem usar *podcasts* e *videocasts* quando a aprendizagem estiver baseada em áudio ou vídeo. Clipes visuais dos últimos eventos devem ser fornecidos como *feeds* sobre o formato de *podcast*. Esta etapa ajuda no *marketing* da biblioteca e melhora a sua credibilidade com a sociedade.
- c) As bibliotecas deveriam criar *blogs* no sentido de prover as necessidades específicas de determinados grupos de usuários. O número de *blogs*, contudo, não deve ser tão grande ou senão deve-se tomar cuidado para que os usuários não fiquem dispersos pelos *blogs* com um número baixo de participantes em cada *blog*. As bibliotecas podem usar *blogs* para anunciar novas notícias e eventos. Os *blogs* devem ser acessíveis por todos, mas os comentários devem ser autorizados somente aos estudantes.
- d) As bibliotecas devem publicar diretrizes para o uso das várias ferramentas da Web 2.0. Os estudantes devem responder a respeito dos direitos de propriedade intelectual quando se referirem às fontes de conhecimento que sejam de propriedade de terceiros. As fontes de conhecimento deveriam ser apropriadamente citadas e creditadas. Os estudantes deveriam também evitar postar qualquer informação confidencial.
- e) Os clipes visuais podem explicar vários procedimentos e funções da biblioteca, e devem ser fornecidos como *videocasts*. A distribuição de clipes de áudio ou vídeo requer uma conexão de alta velocidade com a Internet. Os clipes de áudio/vídeo de pequeno porte podem ser facilmente distribuídos por *podcast/videocast*, com duração de 3 a 5 minutos.
- f) Discursos ou demonstrações podem ser fornecidos em *podcast*, e então os estudantes que perderam um discurso podem observá-lo conforme a sua conveniência. Neste contexto, vale mencionar o exemplo do uso de *podcast* pela Biblioteca da Universidade de Aberdeen¹³⁷. As pessoas que não são estudantes da própria universidade podem também se beneficiar desses *feeds*.

¹³⁷ Sítio Web da Biblioteca da Universidade de Aberdeen: Disponível em: <<http://www.abdn.ac.uk/library/>>. Acesso em: 05 ago. 2013.

- g) As ferramentas da Web 2.0 despontam como novo conceito. Na fase inicial dos estudos, os estudantes devem ser treinados para o uso das várias ferramentas da Web 2.0. Pequenos módulos de treinamento devem ser utilizados com o ponto de partida.
- h) As ferramentas da Web 2.0 são aplicações de aprendizagem baseada na comunidade; portanto, o suporte e a participação dos usuários são elementos críticos para o sucesso das ferramentas da Web 2.0. Os corpos docente e discente da faculdade deveriam ser ensinados a incorporar essas ferramentas com vistas a formar uma comunidade virtual.
- i) As bibliotecas e centros de informação deveriam criar folhetos e marcadores de página que contenham rápida informação sobre *blogs*, RSS e *wikis* utilizados na biblioteca. Estes folhetos deveriam ser distribuídos durante as aulas de instrução e visitas formais aos vários departamentos da faculdade. A biblioteca deveria fornecer *links* das ferramentas da Web 2.0 nas páginas *web* oficiais da universidade e da biblioteca. Uma rápida introdução das atividades oferecidas utilizando as ferramentas da Web 2.0 e as suas atualizações devem ser inseridas no sítio web da biblioteca aos estudantes por meio dos folhetos.
- j) As bibliotecas devem criar uma conta *wiki*, onde os estudantes e professores podem gerar conteúdo, fornecendo aos usuários a oportunidade de contribuir numa comunidade virtual por meio da *wiki*.

Consequentemente, em razão da onipresença ou ubiquidade do uso das redes sociais, as BU podem potencializar essas ferramentas de comunicação para interagir com membros da faculdade, funcionários e estudantes de forma inovadora. (BURKHARDT, 2010).

Assim, há que se ter em mente duas perguntas que ajudam a potencializar estas ferramentas, como destaca Burkhardt (2010, p. 11): “O que a biblioteca deve postar?”, “Como deve ser esse profissional da informação?”. Para responder à primeira questão, Burkhardt (2010, p. 11) menciona algumas sugestões: a) notícias e eventos da biblioteca; b) novas aquisições para a coleção da biblioteca; c) *links* para artigos e vídeos; d) informações comunitárias; e) solicitar realimentação (em inglês, *feedback*); f) responder aos usuários; g) fotos da biblioteca; o mais importante é o profissional usar a criatividade para lidar com as redes sociais completando a segunda pergunta. Embora neste trabalho o autor não tenha citado exemplos que possam despertar essa criatividade usando as ferramentas 2.0.

O quadro 15 resume as ferramentas da BU 2.0, sua possível aplicação neste contexto e algumas exemplificações. Cabe ressaltar que os exemplos destacados por Dora e Maharana (2008) são todos de bibliotecas dos Estados Unidos.

Quadro 15 – Web 2.0 – Biblioteca 2.0 aplicação das ferramentas e um caso/exemplo

| Web 2.0 Ferramenta | Biblioteca 2.0 aplicação | Exemplos (Casos) (continua) |
|--------------------------------------|---|--|
| RSS | Anuncia a chegada de novos livros, Periódicos e bases de dados Promove eventos organizados pela biblioteca. | New York University Library ¹³⁸ usa o <i>feed</i> para fornecer informações específicas sobre a biblioteca como, por exemplo: aulas de instrução sobre o uso da biblioteca, orientações da biblioteca, busca e gestão da base de dados, Notícias sobre a biblioteca: horário da biblioteca e novos eventos; Liblink: fornecedor de dicas sobre o melhor uso da biblioteca. |
| Wikis | Serve como Ferramenta de Treinamento, Guia de Assuntos no <i>Website</i> da biblioteca, Sugestões para a biblioteca. | Ohio University Library Biz Wiki ¹³⁹ fornece uma fonte de informação de negócio, o <i>site</i> contém ainda referência de livros, guias de pesquisa e artigos sobre negócios. |
| Blogs | Dá suporte à instrução da biblioteca, comunicação dos colaboradores, atua como fontes de referência, Material para cursos, Notícias. | Hunter College Library Blog ¹⁴⁰ : o <i>blog</i> fornece informação aos estudantes pertinente as suas necessidades. Fornecem também notícias sobre os horários, acontecimentos, bases de dados da biblioteca. |
| Compartilhamento de Fotos (Flickr) | Ocorrências mais comuns: <i>Tour</i> de apresentação, transações de referência, uso de computadores, cenas de treinamentos, Poster da Biblioteca; | Flickr da Arizona State University Library (ASU Library) ¹⁴¹ Possui dois tipos de coleções de fotos de eventos da ASU: fotos de eventos organizados pela biblioteca da ASU e fotos sobre a biblioteca da ASU. Flickr da American Library Association (ALA) ¹⁴² |
| Mensagem Instantânea (<i>Chat</i>) | Ajuda no Serviço de referência virtual ou como Assistente a uma pesquisa. | American University Library ¹⁴³ que usa o <i>chat</i> AskAULibrary para referência virtual voltado para estudantes e docentes que fazem uso da biblioteca. |
| Redes Sociais | Pode funcionar como portal da web; Ajuda na promoção da biblioteca; Pode funcionar como acesso ao catálogo. | A Syracuse University Library possui um perfil no <i>Facebook</i> ¹⁴⁴ que foi projetado para conectar as pessoas que utilizam a biblioteca no modo Biblioteca 2.0. A biblioteca fornece <i>link</i> para o catálogo OPAC da biblioteca, bases de dados, referência via <i>chat</i> e mudanças de horário da biblioteca. |

Fonte: Dora e Maharana (2008, p. 474).

No Reino Unido, Shoniwa e Hall (2007) analisaram o conteúdo de 152 sítios web de BU, tendo encontrado naquela época entre os mais usados: RSS (18%), *blogs* (11%) e *podcasts* (5%). Os autores concluíram que os impactos mais significativos no contexto da mudança para adotar essas ferramentas 2.0 estavam sendo sentidos em vários aspectos relacionados à forma como os bibliotecários percebiam as relações entre BU e seus usuários, observando ainda o atendimento às necessidades de variadas gerações de usuários.

¹³⁸ Disponível em: <<https://library.nyu.edu/feeds/news.xml>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹³⁹ Disponível em: <http://wikiindex.org/Biz_Wiki>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹⁴⁰ Disponível em: <<http://library.hunter.cuny.edu/blog/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹⁴¹ Disponível em: <<http://www.flickr.com/people/asulibraries/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹⁴² Disponível em: <http://www.flickr.com/photos/ala_members/>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹⁴³ Disponível em: <<http://www.american.edu/library/ask/index.cfm>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹⁴⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/pages/Syracuse-University-Library-Learning-Commons/63185059278>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

Liu (2008) pesquisou em 111 sítios web de BU nos EUA para observar características presentes nestes espaços que permitissem o engajamento dos usuários com os serviços *online* disponibilizados pela biblioteca. A pesquisa encontrou as seguintes ferramentas 2.0 sendo usadas em BU: RSS, *blogs*, *wikis*, *podcasts* e *social tagging*. A pesquisa destacava que características inovadoras os futuros sítios web de BU americanas deveriam contemplar: a) o foco no usuário; b) a personalização dos serviços oferecidos aos usuários; c) o engajamento dos usuários por meio das ferramentas 2.0; d) o uso de comunidades *online* para o compartilhamento de publicações dos usuários; e) a “remixabilidade” permitindo agregar TIC que propiciasse aos usuários trabalhar com recursos de informação oferecidos pela BU.

Linh (2008) pesquisou, por meio da análise de conteúdo, nos sítios web de BU, a aplicação de Web 2.0 em BU da Australásia (Austrália, Nova Zelândia e Nova Guiné) e concluiu que pelo menos dois terços delas haviam implantado uma ou mais tecnologias da Web 2.0, mas a média desses índices ainda era baixa. A autora observou em 47 BU dessa região que, na época, somente quatro ferramentas 2.0 eram as mais utilizadas (63,8% usavam RSS, 36,2% *blogs*, 21,3% *podcasts* e 10,6% usavam serviço de mensagem instantânea). Segundo, ainda, a autora, a popularidade da tecnologia RSS nestas BU da Australásia decorria da sua funcionalidade, simplicidade e facilidade para implantar, e assim ela conclui que a adoção das ferramentas 2.0 nestas BU era consequência de sua simplicidade, facilidade de uso e investimento mínimo de recursos técnicos e humanos.

García-Rivadulla (2010) realizou um levantamento em 15 BU públicas e particulares no Uruguai. A pesquisa observou na época que 46% das bibliotecas ainda não utilizavam ferramentas da Web 2.0. Apesar de saber da possibilidade que estas ferramentas 2.0 ofereciam para melhorar a comunicação com os usuários, seis de sete das bibliotecas que ainda não utilizavam também não tinham planos de implantar estas ferramentas. Segundo a autora, as razões para isso acontecer era que ainda não havia pessoal capacitado e também que havia políticas de uso da web nestas universidades que não permitiam o acesso a ferramentas 2.0. A autora concluiu que existia uma atitude favorável ao uso destas ferramentas nas BU uruguaias, sobretudo no âmbito teórico.

García-Rivadulla (2013) realizou outra pesquisa com BU do Uruguai para poder comparar com os resultados do estudo anterior de 2010 e saber qual a percepção que os usuários tinham sobre os serviços oferecidos por estas bibliotecas que utilizavam ferramentas 2.0. Os resultados mostraram que houve um aumento do uso destas ferramentas de 53% para 86% nestas BU. O estudo aplicou questionário junto a 151 pessoas que eram usuárias de BU, sendo 66 estudantes, 20 docentes e 65 pesquisadores oriundos de 16 faculdades da Universidad de la República do Uruguay e três universidades particulares. A pesquisa concluiu que, apesar do aumento do uso para 86%, este segue sendo muito conservador, ou seja, os serviços são uma extensão daqueles oferecidos por outros canais de comunicação: disseminação da informação, referência etc. A pesquisa também

destaca que as BU uruguaianas continuam vendo o usuário como um mero receptor de informação e não como um colaborador que seja capaz de criar conhecimento e trazer experiência junto às atividades da biblioteca. Por fim, a autora destaca o fato de que, apesar de 70% dos usuários entrevistados crerem que a biblioteca deveria estar presente na web social, somente 32% usam estes serviços porque as pessoas utilizam assiduamente as redes sociais, sendo mais para fim pessoais, 93% ante 79% que usam para fins profissionais.

Han e Liu (2010) realizaram uma pesquisa junto a 38 das principais BU chinesas e observaram que mais de dois terços delas utilizavam um ou mais ferramentas 2.0 em seus sítios web. Entre os seis tipos de ferramentas 2.0 observadas, o Catálogo OPAC 2.0 e a tecnologia RSS eram as mais comuns, enquanto que os serviços de mensagem instantânea, *blog*, redes sociais e *wiki* eram os menos utilizados. Os autores concluem que a maioria das aplicações de Web 2.0 nessas 38 BU chinesas pesquisadas ainda estavam na sua fase de desenvolvimento básico, e a maioria das bibliotecas usava apenas uma ou duas aplicações em seus serviços. Suas aplicações não eram integradas com a plataforma do sítio web da instituição. Apesar disso, os autores ressaltam que algumas instituições na época da pesquisa estavam em decurso de implantação de uma interface para o catálogo OPAC, que integrava as ferramentas da Web 2.0 e, assim, um novo estudo qualitativo deveria ser realizado para observar por meio de *benchmarking* com outras universidades estrangeiras a real situação destas ferramentas 2.0 nas bibliotecas universitárias chinesas.

Já Chua e Goh (2010) pesquisaram, por meio da análise de conteúdo, em um total de 120 sítios web, de bibliotecas públicas, nacionais e universitárias, de forma igualitária (60/60), nas regiões da Europa, América do Norte e Ásia, a adoção das ferramentas 2.0. Os resultados indicaram que em ordem de popularidade as ferramentas mais usadas eram: *blogs* (B), RSS (R), serviço de mensagem instantânea (SMI), redes sociais (RS), *wikis* (W), aplicações de classificação colaborativa (em inglês, *Social Tagging-ST*). O resultado da pesquisa revelou quatro categorias diferentes de ferramentas 2.0 que ajudam no suporte à informação: aquisição de informação, disseminação de informação, organização de informação e compartilhamento de informação. As tabelas 6 e 7 representam os resultados da pesquisa divididos pelas quatro categorias mencionadas há pouco.

Tabela 6 – Adoção das ferramentas 2.0 de acordo com a região pesquisada

| Região/Ferramenta | Aquisição da Informação | | Disseminação da Informação | | Organização da Informação | | Compartilhamento da Informação | |
|-------------------|-------------------------|-----------------|----------------------------|--|----------------------------|-----------|--------------------------------|--|
| | <i>Blog</i> (B) | <i>Wiki</i> (W) | RSS (R) | | <i>Social Tagging</i> (ST) | SMI | RS | |
| América do Norte | 29 | 10 | 28 | | 12 | 35 | 17 | |
| Europa | 18 | 4 | 17 | | 3 | 11 | 4 | |
| Ásia | 21 | 6 | 15 | | 5 | 10 | 3 | |
| Total=120 | 68 | 20 | 60 | | 20 | 56 | 24 | |

Fonte: Chua e Goh (2010) adaptado pelo autor.

Nota: B- *Blog*; W-*Wiki*; R-RSS; ST-*Social Tagging*; SMI-Serviço de Mensagem Instantânea; RS-Redes Sociais.

Tabela 7 – Adoção das ferramentas 2.0 de acordo com o tipo de biblioteca pesquisada

| Região/Ferramenta | Aquisição da Informação | | Disseminação da Informação | Organização da Informação | Compartilhamento da Informação | |
|-------------------|-------------------------|-----------------|----------------------------|----------------------------|--------------------------------|-----------|
| | <i>Blog</i> (B) | <i>Wiki</i> (W) | RSS (R) | <i>Social Tagging</i> (ST) | SMI | RS |
| Pública | 32 | 10 | 25 | 7 | 26 | 11 |
| Universitária | 36 | 10 | 35 | 13 | 30 | 13 |
| Total=120 | 68 | 20 | 60 | 20 | 56 | 24 |

Fonte: Chua e Goh (2010) adaptado pelo autor.

Nota: B- *Blog*; W-*Wiki*; R-RSS; ST-*Social Tagging*; SMI-Serviço de Mensagem Instantânea; RS-Redes Sociais.

Segundo Chua e Goh (2010), a diferença da implantação das ferramentas 2.0 entre as bibliotecas públicas e as universitárias pesquisadas não é estatisticamente significativa. Assim, os autores concluem que a presença de aplicações Web 2.0 correlacionou-se com a qualidade dos sítios web das bibliotecas pesquisadas. Dos três aspectos de qualidade observados nos sítios web de bibliotecas (qualidade do sistema, qualidade da informação, qualidade do serviço), a força de correlação é mais forte com a qualidade do serviço, seguido pela qualidade do sistema e pela qualidade da informação. Isto sugere que as bibliotecas podem aproveitar melhor as aplicações Web 2.0 para facilitar a comunicação e a disseminação de informação entre bibliotecários e seus usuários.

Ainda no contexto das BU, Chan (2010) destaca em sua pesquisa um programa de aperfeiçoamento de pessoal que trabalhava na BU da Murdoch University, na Austrália. O programa consistia de quatro módulos de ensino que ajudavam os bibliotecários desta instituição a incorporar as ferramentas 2.0 na sua rotina profissional diária. Os resultados mostraram que algumas destas ferramentas eram mais adotadas pelos profissionais da BU. Com isso, o programa de aperfeiçoamento poderia ser reduzido para poder permitir que o profissional selecionasse as ferramentas 2.0 que fossem mais relevantes para a sua atividade profissional.

Mahmood e Richardson (2011) realizaram um levantamento em sítios web de 100 BU membros da Associação de Bibliotecas de Pesquisa dos EUA (em inglês, Association of Research Libraries) e constataram que as BU pesquisadas usam alguma forma de tecnologia da Web 2.0. Os autores observaram que as ferramentas 2.0 (*blogs*, *microblogs*, RSS, serviço de mensagem instantânea, redes sociais, *mashups*, *podcasts* e *vodcasts*) foram largamente adotadas, enquanto as *wikis*, ferramentas de compartilhamento de fotos, ferramentas de compartilhamento de apresentações, mundos virtuais, páginas web customizáveis e sítios web de busca foram pouco adotadas.

Grande-González, Pilar; De-La-Fuente-Redondo (2012) realizaram um levantamento junto a bibliotecários de 21 universidades espanholas, onde obtiveram a resposta de 29 BU que faziam parte dessas universidades. Os resultados indicaram que, na época somente duas BU não utilizavam as ferramentas 2.0. Das outras 27 restantes, destacaram que o uso destas tecnologias melhora a comunicação com seus usuários ao mesmo tempo em que aumenta a visibilidade da biblioteca e projeta exteriormente o trabalho realizado pela BU. Das 27 BU observadas, 24 utilizavam menos de quatro ferramentas 2.0. Os *blogs* e as redes sociais eram os mais utilizados (88,9%), seguidos de ferramentas de compartilhamento de fotos e vídeos multimídia (85,2%), a RSS (81,5%) e os mundos virtuais (por exemplo, Second Life) eram os menos utilizados (3,7%). Os bibliotecários entrevistados pelos autores indicaram que em grande parte das BU espanholas pesquisadas, se estava fazendo um esforço para desenvolver uma política de uso da Web Social e elaborar um planejamento estratégico que incorpore algo a este respeito. Por último, nas BU estudadas, foi detectada uma preocupação clara em conhecer os dados sobre o uso e impacto das ferramentas 2.0 na comunidade de usuários, sem dúvida somente sete (25,9%) das 27 registravam alguma informação a este respeito.

Saindo da visão internacional observada até agora neste trabalho, e vendo os principais eventos da área de Biblioteconomia e Ciência da Informação, aqui no Brasil, podemos notar que há um crescimento na produção nacional de trabalhos científicos sobre o assunto Web 2.0 em Bibliotecas.

Selecionaram-se então, alguns eventos da área que possuem repercussão nacional, como, por exemplo, o Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação e Ciência da Informação (CBBDD), o Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias (SNBU) e o Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB), para destacar as linhas de produção de trabalhos e observar quais ferramentas da Web 2.0 estão sendo mais adotadas pelas bibliotecas brasileiras.

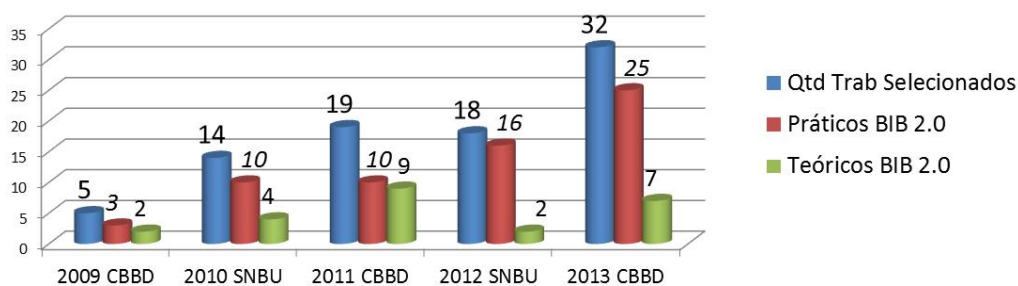
Calil Júnior, Corrêa e Spudeit (2013) realizaram uma análise dos trabalhos apresentados nos eventos da área de Biblioteconomia e, mais especificamente BU, o Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação (CBBDD) e o Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias, respectivamente, desde 2005 até 2012. Constataram que, dos 1.718 trabalhos apresentados nesses eventos, somente 56 estavam relacionados com o tema “mídias sociais”, o que, segundo os autores corresponde a uma pequena parcela das investigações realizadas na área. Por outro lado, conforme os autores verificaram, de 2009 a 2012, ocorreu um aumento considerável na apresentação de trabalhos permitindo inferir que os bibliotecários atuantes em instituições de nível superior estão buscando o uso das redes sociais em seu ambiente de trabalho. Embora os autores tenham se limitado a procurar pela expressão “mídias sociais”, é possível observar que alguns trabalhos que assumem em seu conteúdo o uso do termo Web 2.0 em bibliotecas talvez não tenham sido

contemplados como o caso do conhecido trabalho de Blattman e Silva (2007b) apresentado no XXII CBBD que gerou o artigo (BLATTMAN; SILVA, 2007a) apresentado na Revista da Associação Catarinense de Bibliotecas. Os critérios de seleção dos trabalhos observados por Calil Júnior, Corrêa e Spudeit (2013) podem, contudo, oferecer subsídios para novas pesquisas : a) natureza dos artigos (teóricos ou práticos/relatos de experiências); b) processos e experiências de criação de perfis institucionais; c) produtos e serviços criados com suporte nessas experiências; d) relatos de usos de redes sociais; e) redes usadas com maior frequência pelas bibliotecas. Outro critério que poderia ser considerado é o “perfil do bibliotecário 2.0”, tema que ainda merece um estudo mais aprofundado na situação nacional.

Há de se considerar que a temática sobre redes sociais em bibliotecas surgiu nos EUA apenas em 2005, o que pode ter ensejado este espaço entre o surgimento do assunto lá fora e a apresentação de trabalhos aqui no Brasil, a partir de 2009. Outra consideração a ser feita remete aos trabalhos práticos e os teóricos, enquanto houve um aumento de trabalhos práticos durante este período citado de 433% (de dois para 16), os trabalhos teóricos oscilaram para mais (de dois a nove) e depois voltaram à mesma quantidade durante o período (de dois para dois).

Neste sentido, para demonstrar o crescimento no estudo da temática de Biblioteca 2.0, aqui no Brasil, aproveitou-se a análise realizada por Calil Júnior, Corrêa e Spudeit (2013), e foram ampliados os dados coletados, anteriormente, para incluir as apresentações do XXV CBBD, ocorrido no ano de 2013, em Florianópolis (SC). Pode-se constatar que o número de trabalhos selecionados por esse autor aumentou para 32, sendo 25 trabalhos práticos e apenas sete teóricos. Assim, se fossemos considerar o período de 2009 a 2013, o aumento de trabalhos práticos apresentados neste período representaria um acréscimo de 733% (de dois para 25). Embora existam muitos relatos de experiência em BU e alguns casos de aplicação das ferramentas 2.0 em bibliotecas públicas, é possível perceber que as bibliotecas escolares ainda não utilizam esta ferramenta para promover os seus serviços. A figura 20, a seguir traz a ampliação dos dados coletados de Calil Júnior, Corrêa e Spudeit (2013) para os trabalhos apresentados no CBBD e SNBU, entre 2009 e 2013.

Figura 20 – Apresentação de trabalhos sobre redes sociais em bibliotecas brasileiras.



Fonte: Elaborada pelo autor.

Síntese da Seção

Nesta seção, procurou-se observar casos práticos do fenômeno da adoção das plataformas de aplicação da Web Social em bibliotecas, para o leitor entender de que forma o bibliotecário pode potencializar o seu uso junto à comunidade da qual ela faz parte, seja por meio de exemplos na esfera internacional ou na crescente produção de casos nacionais observados nos eventos da área de Biblioteconomia no Brasil. Cabe destacar o caso de sucesso da BPV descrito por Cahill (2011) ou ainda ressaltar as boas práticas para integrar as ferramentas 2.0 aos serviços da biblioteca conforme foram observadas por Tripathi e Kumar (2010).

Isto posto, como contribuições para esta seção que aborda os casos práticos da biblioteca 2.0 pode-se ressaltar o que está na sequência.

- Embora a literatura ainda não traga o resultado disso, a Biblioteca Nacional do País de Gales (BNPG, 2009) elaborou um relatório que visava integrar o seu portfólio de serviço na Web com as ferramentas 2.0.

- Burkhardt (2010) elaborou duas questões que ajudam também a potencializar o uso das ferramentas 2.0. Junto com elas, destacou algumas sugestões para apoiar neste uso.

- Dora e Maharana (2008) oferecem um quadro com diversas aplicações e exemplos do uso das redes sociais em BU dos Estados Unidos.

- É possível observar diversos exemplos do fenômeno das redes sociais em BU conforme destacam Shoniwa e Hall (2007), Liu (2008), Linh (2008), García-Rivadulla (2010), García-Rivadulla (2013), Han e Liu (2010), Chua e Goh (2010), Chan (2010), Mahmood e Richardson (2011), Grande-González, Pilar; De-La-Fuente-Redondo (2012).

- No plano nacional pode-se observar a evolução de crescimento dos casos de adoção das redes sociais em bibliotecas no Brasil, desde um dos trabalhos precursores como é o caso de Blattman e Silva (2007b) até o mais recente de Calil Júnior, Corrêa e Spudeit (2013) que mostra a evolução dos trabalhos defendidos sobre essa temática em eventos nacionais.

Assim, podemos concluir que a aplicação das ferramentas da *Web 2.0* e a sua discussão pela comunidade de bibliotecários estão cada vez mais se desenvolvendo, contudo, ainda há algumas questões a serem resolvidas. A seção a seguir trata da Teoria Crítica da Biblioteca 2.0 para destacar aquilo que até o momento pode ser visto como aspectos desconsiderados ou experiências que não tiveram o sucesso esperado, seja no contexto nacional, seja no âmbito internacional.

2.7 Teoria crítica da Biblioteca 2.0

Apesar de a comunidade de bibliotecários, seja no âmbito nacional, como no internacional, já ter algum contato com experiências de Biblioteca 2.0 com relativo sucesso, alguns autores mencionam aspectos críticos que merecem aqui o destaque.

Crawford (2006) foi um dos primeiros críticos da Biblioteca 2.0 onde ele examina vários padrões e *blogs* de Michael Casey¹⁴⁵, Meredith Farkas¹⁴⁶ e Richard Tallis¹⁴⁷, expondo diversas inconsistências entre estes proponentes. Crawford (2006), neste mesmo trabalho, encontrou em levantamento 62 visões diferentes e sete definições distintas do termo “Biblioteca 2.0”.

Obedecendo a sequência, Crawford (2009) atualizou seu artigo anos depois, para descrever a baixa aceitação da Biblioteca 2.0, onde foi constatado que os *blogs* de bibliotecas públicas e de BU tinham poucos comentários.

Assim, Crawford (2006, p. 1-2) fez também uma distinção entre o que ele chamava de Biblioteca 2.0, sem aspas, e “Biblioteca 2.0”, com aspas, o primeiro sendo um conceito que estava em constante melhoramento, enquanto o segundo ele via como um movimento sem nenhuma substância.

As críticas envolvem ainda características observadas no fenômeno da Web 2.0, como é o caso de uma delas, relativa ao aproveitamento da inteligência coletiva. Uma das possibilidades de utilização da inteligência coletiva na Biblioteca 2.0 também possui uma ressalva, segundo A. Santos e Andrade (2010). Quando se observa a adoção da escrita colaborativa, um dos problemas dela é que essa filtragem poderá não ser feita, já que qualquer indivíduo poderá introduzir e partilhar conteúdos a qualquer hora e a partir de qualquer lugar, desde que esteja ligado à rede, sendo impossível para a biblioteca poder controlar essa introdução, pelo menos em tempo real. Assim, caso a biblioteca disponibilize, por exemplo, o enriquecimento de conteúdo do seu catálogo por meio de resenhas, revisões ou comentários, isto pode ensejar uma falta de filtragem no conteúdo.

A interatividade com os usuários, tão sonhada por aqueles que destacam os benefícios da Web 2.0, tem algumas observações a serem feitas, quando se fala de redes sociais em bibliotecas. No caso do Facebook, por exemplo, Gerolimos (2011) destaca a noção de que aproximadamente 91% das publicações (*posts*) feitas em páginas de bibliotecas nesta rede não incluem qualquer comentário. A participação de mais de 82% dos usuários é expressa pela funcionalidade "curtir", e muito dos comentários nestas páginas do Facebook de BU não são de membros diretos da faculdade (docentes e estudantes), mas pessoas da área da Biblioteconomia, empregados ligados a instituições

¹⁴⁵ *Blog* Michael Casey: Disponível em: <http://www.librarycrunch.com/2005/10/working_towards_a_definition_o.html>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹⁴⁶ *Blog* Meredith Farkas: Disponível em: <<http://meredith.wolfwater.com/wordpress>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

¹⁴⁷ *Blog* Richard Tallis: Disponível em: <<http://www.alatechsource.org/blogger/22>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

voltadas para bibliotecas e ex-alunos. Isto demonstra o baixo índice de interação dos usuários e as BU pelo uso do mural do Facebook.

Ao realizar-se um breve panorama da Biblioteca 2.0 em alguns países, pode-se ver, de acordo com Lozano (2008) que na Espanha, os exemplos de biblioteca 2.0 eram tímidos e ainda de alcance muito limitado, por diversos motivos. Por mais que seja extensa talvez a falta de autonomia para decidir sobre incorporações tecnológicas ou sobre *web design* por uma grande parte de bibliotecas públicas, especialmente as de maior tamanho, são elas que dispõem de mais recursos e, portanto, as primeiras que poderiam defender uma troca do sistema.

Assim, Lozano (2008) conclui que primeiro teremos de esperar que as responsáveis pela administração se interessem por essa “Atitude 2.0” para poder dar um passo adiante e permitir que possamos incorporar as novas tecnologias para facilitar a mudança para este novo modelo. Talvez, por esta razão, na Espanha, as bibliotecas que introduziram algumas das novas aplicações tecnológicas são basicamente bibliotecas de pequenas dimensões, como é o caso da Biblioteca Pública de Muskiz¹⁴⁸ ou a Biblioteca Pública de Palafrugell¹⁴⁹, organizações menores que, em situações de mudança, têm a flexibilidade e a autonomia de decisão como aliadas para enfrentar o desafio.

Seguindo neste panorama, Mazzocchi (2011) observou que, na Itália, a situação de 82 *blogs* de bibliotecas pesquisados mostrava que muitos dos *blogs* de bibliotecas italianas pesquisadas foram criados entre 2008 e 2009 e são hospedados em plataformas comerciais. Ainda segundo Mazzocchi (2010), muitos deles são esporadicamente atualizados, têm poucos dados de identificação e *links* que possam contextualizá-los, e também baixo número de *posts* e comentários de usuários. Muitos deles não têm *link* para o sítio web oficial da biblioteca e um terço dos *blogs* de bibliotecas não oferecem um serviço de referência digital.

Segundo levantamento feito por A. Santos e Andrade (2010), em Portugal, no cômputo geral, as 21 BU que foram pesquisadas não apresentavam, na sua maioria, a utilização das plataformas da Web 2.0, não havendo mesmo a utilização de algumas delas agregadas ao portal das bibliotecas. Em função disso, verificou-se, pela sua fraca adoção e pelas práticas identificadas, que as edições de todas as ferramentas utilizadas pelas BU eram moderadas, tendo como objetivo manter, assim, a fidelidade e a qualidade dos conteúdos exibidos.

Ao sairmos do panorama europeu e seguirmos para a Ásia e Oceania, Furukawa *et al.* (2006) pesquisaram o uso de *blogs* japoneses e o estudo observava num nível mais técnico que o número de leitores de *blog* era alto quando os *links* do *blog* eram incorporados regularmente a outro

¹⁴⁸ Biblioteca de Muskiz: Disponível em: <<http://www.muskiz-liburutegia.org/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

¹⁴⁹ Biblioteca Pública de Palafrugell: Disponível em: <<http://www.bibgirona.cat/biblioteca/palafrugell>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

conteúdo, permitindo com isso comentários utilizando *trackbacks*¹⁵⁰. Já Nguyen (2008), em pesquisa realizada nos sítios web de 47 BU da Austrália e Nova Zelândia, mostrou que ao menos em dois terços delas haviam aplicações utilizando ferramentas da Web 2.0, contudo os dados indicavam que o uso era ainda muito baixo.

Em estudo realizado por Li; Ruoyao; Bijuan (2011) foram selecionados 30 sítios web de BU chinesas para análise de conteúdo das ferramentas 2.0. Os resultados indicaram que dois terços das bibliotecas pesquisadas haviam implantado uma ou mais tecnologias da Web 2.0. Apenas um décimo destas bibliotecas pesquisadas adotava mais de quatro ferramentas 2.0. A tecnologia RSS era a mais extensivamente utilizada, enquanto as *wikis* as menos. Segundo os autores, as razões para essa baixa utilização poderiam estar nos seguintes aspectos: a) alguns problemas relacionados com a aplicação da tecnologia: onde não existia um padrão bem-sucedido para orientar a seleção, a integração e aprovação destas ferramentas para elevar o desempenho da biblioteca; b) as deficiências de valores e a qualidade dos bibliotecários: a aceitação e a compreensão destas tecnologias da Web 2.0 pelos bibliotecários chineses para colocar em prática o uso destas ferramentas revela esta baixa aceitação; c) falta de *marketing* para o uso destas ferramentas junto aos usuários da biblioteca: é difícil manter um serviço se ele não é conhecido pelos usuários; d) inexistência de competência informacional dos usuários: é necessário treinar os usuários para quando a biblioteca adotar estas ferramentas haver êxito neste processo de implantação, e o resultado disso será a participação dos usuários na criação de conteúdo, troca e compartilhamento de informação.

A criação de conteúdo pelo usuário traz consigo outra questão que é muito delicada, quando se permite ao usuário a possibilidade de abusar de conteúdo impróprio, por meio de textos, fotos ou algo que possa ser considerado contrário à imagem da biblioteca, Brown-Sica e Beall (2008) destacam que estes conteúdos impróprios podem envolver questões raciais, de cor, de xenofobia, de orientação sexual ou de religião. Neste sentido, algumas ações devem ser tomadas para evitar que as redes sociais disponibilizadas pela BU sejam prejudicadas com este tipo de abuso. Brown-Sica e Beall (2008) destacam que é possível resolver isso por meio de:

- a) moderação de comentários: por meio do acompanhamento de uma pessoa é possível moderar os comentários de quem está violando as normas de comportamento com conteúdo criado pelo usuário de forma abusiva. Assim, a todo comentário realizado pelo usuário, uma pessoa pode ou não torná-lo público no espaço dos comentários. A questão aqui está na sobrecarga de trabalho já existente nas atividades diárias dos bibliotecários que terão mais uma atividade a fazer;

¹⁵⁰ Segundo Recuero (2004), o *trackback* permite que um determinado assunto discutido em um *post* (bloco de texto) e que também está sendo discutido em outros *blogs*, possa ser referenciado.

- b) moderação automática ou filtro: existe a possibilidade de usar *softwares* que fazem esta tarefa de forma automática, por meio do filtro de conteúdo criado pelo usuário, por meio de frases ou palavras consideradas impróprias, rejeitando a sua inclusão ou enviando para a moderação humana. Esta opção é melhor para aperfeiçoar o tempo de trabalho, contudo deixa a desejar quando algumas palavras ou frases não estão incluídas no filtro predefinido;
- c) notificação de abuso: neste caso a biblioteca depende dos usuários para notificar algum tipo de abuso, confiando ao usuário este poder para considerar algo que seja plausível de se remover;
- d) desabilitar os comentários: é uma forma que pode ser usada para limitar a entrada de dados pelos usuários, neste caso se inclui o uso de sistemas de *ranking*, *tags* pré-definidas, contudo este método reduz a possibilidade de enriquecimento de conteúdo pelo usuário.
- e) requerimento de inscrição: este método seja a melhor opção para as bibliotecas universitárias. Por meio dele o usuário só poderá fazer algum comentário caso ele seja cadastrado com seu número de matrícula na instituição, contudo neste caso as pessoas que não fazem parte da instituição não poderão contribuir com conteúdo.

Assim, Brown-Sica e Beall (2008) concluem que, para evitar estes problemas de criação de conteúdo pelo usuário de forma indesejada, as bibliotecas devem estabelecer políticas ou procedimentos para prevenir estas questões.

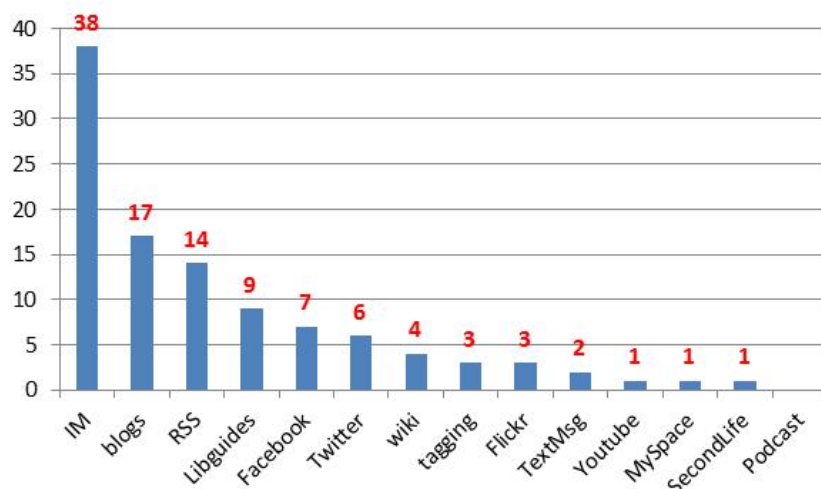
Ao observar as críticas da Biblioteca 2.0 numa perspectiva de *marketing* Dobrecky (2007) destaca que existem opiniões antagônicas em torno da expressão Biblioteca 2.0. Basicamente, se pode dizer que os críticos desta nova “etiqueta” consideram-na um produto de *marketing* em que sustentam suas ideias com propostas que não são novas, salvo pela incorporação de um novo *software*. Em troca os defensores afirmam que a biblioteca 2.0 veio para revolucionar o mundo bibliotecário. Desta forma, Dobrecky (2007) conclui que, com bem mais discussões, o importante é conseguir que os usuários sejam participantes ativos nos serviços e produtos.

Segundo Nesta e Mi (2011), as bibliotecas e os fornecedores de sistemas para bibliotecas precisam aproveitar a inteligência coletiva advinda da Web 2.0, pois, nestes espaços, é importante considerar os comentários dos usuários nos *blogs* e a participação dos usuários nas páginas das redes sociais para melhorar e direcionar os serviços de informação. Um exemplo disso é que muitas *tags* são utilizadas somente para replicar título, autor e um assunto específico.

Neste sentido, Nesta e Mi (2011) fizeram um estudo para medir a efetividade com que eram implementadas as redes sociais da Biblioteca 2.0 em dois locais distintos, - Nova Jersey-EUA e Hong Kong-China - para conhecer o número de usuários de BU que as utilizam e também uma

evidência da interação dos usuários com os sítios *web* destes locais. A figura 21 mostra a implantação de redes sociais da Biblioteca 2.0 em 52 BU de Nova Jersey-EUA.

Figura 21 – Adoção de redes sociais nas bibliotecas universitárias de Nova Jersey



Fonte: Adaptado pelo autor de Nesta; Mi (2011, p. 88).

O resultado desse levantamento é que 38 BU de Nova Jersey utilizam *Instant Messaging* (IM)¹⁵¹ para ajudar no serviço de referência da biblioteca para o usuário encontrar uma informação. De acordo com Nesta e Mi (2011), 17 bibliotecas adotavam *blogs* sendo que 14 delas os usavam para informações de propósitos gerais, fornecimento de notícias, introdução de novos serviços da biblioteca e para anunciar a mudança de horário de funcionamento desta biblioteca. Havia poucos comentários de leitores nos *blogs* observados por Nesta e Mi (2011).

Assim, Nesta e Mi (2011) destacam que o baixo uso de características incorporadas das redes sociais pelas bibliotecas, comparado com o elevado emprego de características similares em redes sociais por uma biblioteca como, por exemplo, a rede social LibraryThing, mostra que há uma diferença em como os usuários destas se separam das redes sociais, enquanto eles ainda valorizam a sua posição no contexto do espaço acadêmico como ambiente de organização e acesso à informação.

Hammond (2010, p. 2) reforça isso, quando declara as razões que levam as bibliotecas públicas a não utilizarem *blogs*. Neste sentido, os resultados mostram que existem.

- Barreiras tecnológicas apresentadas pelo departamento de tecnologia da informação.
- Barreiras apresentadas pelo prevaecimento da cultura organizacional.
- Apatia da equipe de funcionários da biblioteca; falta de engajamento.

¹⁵¹ Instant Messaging (IM) – serviços de mensagem instantânea

- Sentimento de que as redes sociais são irrelevantes para o que as bibliotecas deveriam estar fazendo.
- Falta de tempo para se dedicar a criação de conteúdo.
- O uso de outros métodos de comunicação considerados mais apropriados. Este é o último ponto percorrido em parte para o sítio web da biblioteca, mas havia também sentimento de algo mais tradicional.

De acordo com Hammond (2010), a literatura sugere que as bibliotecas públicas estão ficando para trás das bibliotecas universitárias e especializadas engajadas com o movimento de adoção das redes sociais da Biblioteca 2.0 e a utilização de *blogs*, especificamente.

Hicks e Graber (2010, p. 627) destacam também que bibliotecários com muitos afazeres, frequentemente, implementam estas tecnologias sem o tempo de refletir sobre os objetivos de aprendizagem, avaliação, ou ainda sem realizar uma pesquisa que forneça informação sobre a percepção dos usuários e a aplicação atual destas tecnologias.

A conversação com os usuários das bibliotecas requer que o bibliotecário esteja constantemente buscando saber suas reais necessidades informacionais. Com isso Xia (2009), em pesquisa realizada em perfis de bibliotecas nos grupos do Facebook, acrescenta que, ao examinar o número de *posts* de cada estudante, foi observado que a maioria dos grupos falha em reter a conversação dos membros do grupo e que eles raramente retornam depois de ter escrito seu primeiro *post* no grupo do Facebook daquela biblioteca.

O reflexo disso pode ser notado no comportamento dos bibliotecários presentes em grupos criados nas redes sociais, conforme destacam Uribe-Tirado e Echavarría-Ramírez (2008). Apesar das possibilidades que o Facebook oferece para grupos profissionais, isso não implica o êxito das propostas, já que muitos grupos denotam pouca ou quase nenhuma participação e interação, ou seja, não basta criar um grupo, mas também deve haver pessoas que animem, divulguem, gestionem e publiquem conteúdos.

O êxito da participação dos usuários e a interação com os bibliotecários serão fundamentais para a continuação de projetos que envolvam as redes sociais em bibliotecas. Para isso, é importante destacar a regra dos três C's criada por Calanis (2006), ao observar que os conteúdos são criados com base em 1% dos **criadores** (aqueles que incluem os *posts*), e 19% dos **contribuidores** (adicionam comentários e votam) que são os que geram a comunidade em torno da mídia social que está perante a 80% de usuários que apenas **consomem** conteúdo.

As bibliotecas necessitam, desta forma, desenvolver um conteúdo que traga experiência para o usuário destes espaços informacionais. Isto pode ser visto quando Gerolimos (2011) lembra também que não podemos, por exemplo, confundir a popularidade dos vídeos do Youtube

relacionados com música, esportes, curiosidades e assuntos em geral com a boa vontade dos usuários os quais veem vídeos explicativos de como usar um catálogo da biblioteca.

Um fenômeno que chama a atenção dos estudiosos de redes sociais, ultimamente, é o fato de que alguns jovens estão abandonando alguns perfis próprios em redes sociais. Segundo Madden (2013), a diversificação de perfis adotados pelos jovens em redes sociais conduz ao abandono ou esquecimento de alguns perfis, incluindo, neste caso, o da rede social Facebook. Além disso, os jovens procuram manter a privacidade com o crescente aumento da presença dos seus pares adultos que criam perfis nas redes sociais para monitorar as conversações com os seus filhos.

De acordo com Madden (2013), essa volubilidade dos jovens dos EUA pode ser observada quando eles saíram da rede MySpace, que tinha cerca de 85% de usuários com perfis adolescente há seis anos e migraram para o Facebook. Ainda assim, pode-se ver que a diversificação das redes sociais exige das bibliotecas uma atenção nesta migração de perfis, conforme a tabela 8 :

Tabela 8 – Onde os jovens americanos possuem perfis nas redes sociais

| Mídia Social | 2011 (%) | 2012 (%) |
|---------------------|-----------------|-----------------|
| Facebook | 93 | 94 |
| Twitter | 12 | 26 |
| Instagram | NI | 11 |
| MySpace | 24 | 7 |
| Youtube | 6 | 7 |
| Tumblr | 2 | 5 |
| Google Plus | NI | 3 |
| Yahoo | 7 | 2 |
| myYearbook | 2 | * |
| Pinterest | NI | 1 |

Fonte: Adaptado, pelo autor, de Madden (2013).

NI – Não Informado. * menos de um por cento indicaram o seu uso.

Desta forma, após vermos alguns casos que merecem cuidados e outros que ainda precisam evoluir, A. Santos e Andrade (2010) reforçam a noção de que a tecnologia disponível, por si, não é relevante. Ela requer uma visão estratégica das organizações, nova política de comunicação para públicos jovens, uma capacidade de inovação para conceber novos serviços que as tecnologias poderão proporcionar, e ser capaz de perspectivar mudanças nos setores internos da biblioteca para acolhê-los.

Consoante Aguiar e Modesto (2011), muito se fala sobre as redes sociais na área da Biblioteconomia, mas pouco se estuda, no Brasil, sobre a utilização dessas ferramentas no ambiente da BU, como mais um canal na relação biblioteca/usuários, usuários/biblioteca e mesmo usuários/usuários. Ressaltam, ainda, Aguiar e Modesto (2011) que, com amparo no levantamento quantitativo e da observação de como as BU estão usando suas redes sociais no Facebook, Orkut, MySpace e Ning, verificou-se que essas iniciativas ainda são tímidas e mal exploradas. Com

algumas exceções, praticamente, esses sítios *web* de redes sociais estão sendo usados como uma ferramenta estática de comunicação. Essa realidade tem mudado nos últimos dois anos com a crescente exibição de trabalhos acadêmicos que envolvem o uso das ferramentas 2.0 pelas BU no Brasil.

De acordo com Johnson (2010), não há um consenso sobre o baixo impacto de iniciativas baseadas no perfil do usuário. Segundo esse autor, discussões recentes sugerem que métodos padronizados como aqueles utilizados nos estudos etnográficos ou avaliações de usabilidade podem fazer mais bem do que mal, se não forem cuidadosamente aplicados. E este debate pode ser interpretado como um sinal da maturidade do campo de estudos da interação homem-máquina, destacando problemas específicos que devem ser observados quando se misturam disciplinas de pesquisa distintas com o desenvolvimento de um produto ou serviço.

Síntese da seção

Nesta seção, foi-nos possível observar que, embora as ferramentas 2.0 sejam consideradas pelos bibliotecários para melhorar a comunicação com os usuários, isso ainda merece um olhar atento, para que o processo de interação e colaboração seja efetivamente realizado. O emprego das ferramentas 2.0 em bibliotecas possui algumas barreiras tecnológicas e também de cultura organizacional para a sua adoção, conforme destacou Hammond (2010). O sucesso da adoção destas ferramentas 2.0 pelas bibliotecas pode levar a considerar a percepção que os usuários das bibliotecas têm em relação à sua incorporação aos serviços de informação oferecidos pelas bibliotecas.

Isto posto, pode-se destacar como contribuições desta seção sobre a teoria crítica da biblioteca 2.0:

- a necessidade de elaborar um conteúdo que disponibilize informações nas redes sociais que interessem aos usuários da biblioteca e provoque comentários que ajudem na criação de conteúdo pelos usuários conforme os aspectos destacados por Gerolimos (2011), Crawford (2006) e Crawford (2009);

- a disponibilização de funcionalidades que permitam a escrita colaborativa no catálogo OPAC podem ajudar as bibliotecas no aproveitamento da inteligência coletiva defendida por A. Santos e Andrade (2010).

- a necessidade de elaborar projetos de Biblioteca 2.0 que estejam de acordo com a política de *marketing* da instituição e o planejamento estratégico da biblioteca para evitar projetos tímidos ou limitados conforme destacou Lozano (2008).

- a necessidade de observar aspectos técnicos de programação web que ajudem na hora de implantar a ferramenta e fazer a integração com o sítio web da biblioteca deve ser levada em consideração para melhorar a interação com os usuários contemplando com isso o que disseram Furukawa *et al.* (2006), Brown-Sica e Beall (2008), A. Santos e Andrade (2010), Mazzocchi (2011) e Li; Ruoyao; Bijuan (2011).

- a necessidade das bibliotecas inovarem e acompanharem a migração dos usuários para os novos perfis de redes sociais ou o abandono de alguns deles pode focar numa busca pela inovação constante no ambiente virtual onde a biblioteca quer estar presente. (MADDEN, 2013).

Por último, vale ressaltar que esta seção poderia também destacar aspectos sobre propriedade intelectual e a violação/proteção dos direitos do autor no espaço das redes sociais, contudo isto demandaria outra tese.

2.8 Planejamento e avaliação das redes sociais em bibliotecas

A evolução das plataformas presentes na Web 2.0 fez com que pesquisadores e profissionais necessitassem usar ferramentas analíticas para *web*, com o fim de monitorar e acompanhar a interação dos usuários com sítios *web*. Isto decorre da poderosa capacidade dessas ferramentas hoje disponíveis, e também para fornecer estatísticas sobre a interação dos usuários nos sítios *web* que ajudem no planejamento e avaliação dos serviços da biblioteca e, assim, seja permitido analisar o valor que as redes sociais trazem para as bibliotecas.

Conforme evidencia Almeida (2000, p. 2), “o planejamento não é um acontecimento, mas um processo contínuo, permanente e dinâmico, que fixa objetivos, define linhas de ação, detalha etapas para atingi-los e prevê os recursos necessários à consecução desses objetivos.” Almeida (2000, p. 7) complementa, exprimindo a ideia de que “em bibliotecas e serviços de informação, encontramos políticas gerais e políticas específicas, relacionadas a diversas áreas de atuação: políticas de formação e desenvolvimento de coleções, políticas de conservação de acervo, políticas de atendimento, etc.” Assim, Almeida (2000, p. 7) ressalta: “se as políticas são guias de raciocínio que orientam a tomada de decisão e a ação, as regras e procedimentos são guias para o fazer.”

Barbosa e Franklin (2011, p. 90) reforçam a ideia de que, nas

“unidades documentárias, como toda e qualquer organização, devem ser conduzidas tendo como foco o atendimento das necessidades de seus usuários, na identificação de requisitos de qualidade do produto e serviço e no estabelecimento de planejamento para que esse padrão seja atingido”.

Os serviços produzidos pelas bibliotecas e arquivos se utilizam intensamente de recursos tecnológicos, que requerem aplicação de soluções “de ponta” que são fortes contribuintes para o sucesso destas organizações. Barbosa e Franklin (2011, p. 92) observam ainda que

“a solução encontrada pelas unidades documentárias para se aproximar do usuário toma como base o uso da própria tecnologia, ressignificando seus serviços e produtos e criando canais diretos de comunicação com o usuário, como por exemplo, com a aplicação de recursos de rede social ou da Web 2.0”.

Desta forma, Almeida (2000) indica que é necessário fazer uma avaliação dos serviços oferecidos pelas unidades documentárias. Esta etapa do planejamento consiste em identificar e coletar dados sobre serviços ou atividades, estabelecendo critérios de mensuração do desempenho desses serviços ou atividades e determinando, tanto a qualidade do serviço, quanto o grau de satisfação de metas e objetivos.

Lancaster (2004), ao analisar o mecanismo de funcionamento das unidades de informação, pondera que a avaliação pode recair sobre os insumos, produtos e resultados, destacando, porém, que os resultados aspirados são, quase sempre, de caráter social, comportamental, econômico, de longo prazo, e que por isso se tornam difíceis de mensurar.

Uma forma de avaliar o desempenho sobre um serviço é calcular o retorno sobre o investimento (em inglês, *Return on Investment* – ROI) realizado naquele serviço. Kaufman e Watstein (2008) destacam que o ROI pode ajudar as bibliotecas e os bibliotecários a demonstrarem o valor oferecido pelos serviços ofertados por estas unidades de informação. Com efeito, as bibliotecas universitárias estão desenvolvendo novas métricas para comparar o uso dos recursos eletrônicos a fim de medir a satisfação do usuário e, assim, poder quantificar o valor que a biblioteca oferece em termos financeiros para a universidade.

Tenopir (2012) destaca o fato de haver muitos métodos que podem ser utilizados para medir o valor dos serviços e produtos oferecidos pelas bibliotecas. Estes valores podem ser classificados de acordo com: a) valor implícito - ao medir o uso por meio de *downloads* dos recursos eletrônicos, os *logs* de uso fornecem uma medida implícita de valor; b) valor explícito - por meio de métodos explícitos de medir o valor são realizadas entrevistas com os usuários da biblioteca onde é possível especificar ou atribuir valor à utilização dos acervos ou serviços oferecidos pela biblioteca; c) valor derivado - por meio de métodos de avaliação, como o Retorno sobre o Investimento (ROI), usam-se vários tipos de dados coletados para medir os benefícios oferecidos pela biblioteca e explicar os custos (investimentos) em termos financeiros.

Tenopir (2012) alerta, contudo, para a noção de que o ROI é somente um método de medição de valor dos produtos e serviços oferecidos pela biblioteca. Às vezes, os números não dizem a história completa do que se passou naquela avaliação. Para se ter um panorama completo

da situação envolvendo usuários, uso e futuras necessidades de serviços, as bibliotecas devem se utilizar de vários métodos para coletar dados e, assim, determinar o seu valor.

O fato de que a internet cresceu pode ser facilmente medido nas organizações, para analisar o retorno sobre o investimento em redes sociais. Lloret-Romero (2011) reforça, porém, a ideia de que, no caso de instituições sem fins lucrativos, e especificamente, no espaço das bibliotecas e centros de documentação, só seria possível analisar a redução de custos, enquanto o aumento das receitas poderia ser comparável crescimento total de usuários das bibliotecas ou quantitativo de serviços por usuários, lealdade dos usuários com esta instituição.

Neste sentido, Lloret-Romero (2011) argumenta que, em um ambiente em que o crescimento da Web Social está se tornando muito importante, as bibliotecas devem desenvolver uma estratégia de comunicação *online*, que possa ser fonte de estímulo e provisionamento dos serviços e do *marketing* para as bibliotecas. Assim, essa autora conclui que o desenvolvimento de um bom plano de *marketing* focado nas redes sociais pode ser vital para uma instituição como as bibliotecas.

O plano de comunicação e *marketing* deve ser avaliado pelos membros da direção da biblioteca com vistas a conceber as políticas de uso das redes sociais pelos bibliotecários que trabalham em nome da biblioteca. A política pode proteger a biblioteca de problemas de comunicação e com isso reduzir o risco de seus bibliotecários, inadvertidamente, extrapolarem em uma das suas atividades de comunicação.

Baseado em experiência nacional de adoção das redes sociais na biblioteca da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Silva, E. (2012) definiu alguns objetivos a serem atingidos: 1) estreitar os laços de relacionamento; 2) melhorar a comunicação; 3) divulgar serviços e novidades; 4) otimizar a presença na web; e) estar mais acessível aos usuários; f) prover informações e notícias relevantes para a comunidade. Assim, o autor sugeriu alguns passos para criar perfis nas redes sociais em bibliotecas: a) criação dos perfis nas redes sociais; b) seleção e treinamento dos funcionários; c) seleção das fontes de conteúdo; e) políticas de postagens e comportamento; f) monitoramento das redes sociais; e f) postagens periódicas para os seguidores. Com efeito, o autor conclui que o uso destas ferramentas é um diferencial, de maneira que propagar informação é importante, mas responder e criar uma relação de confiança com os usuários é ainda mais.

Em termos de planejamento e implantação de redes sociais aqui no Brasil, Shirayama e Marquiori (2012) estabeleceram um fluxograma de implantação de redes sociais na biblioteca da Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (EFLCH) da Universidade Federal de São Paulo, onde, com objetivos semelhantes ao de Silva, E. (2012), acrescentam ainda a implantação de redes sociais em bibliotecas para a formação e capacitação dos usuários, interatividade com o usuário e ferramenta de estudo dos usuários.

Assim, Shirayama e Marquiori (2012) indicam que o fluxo de implantação das redes sociais deve considerar: 1) o levantamento de informações sobre os serviços da biblioteca; 2) levantamento de informações sobre os usuários em potencial; 3) criar o perfil da biblioteca no Facebook; 4) adicionar páginas relevantes e pessoas da comunidade acadêmica; 5) criação de uma rotina de postagem; 6) criação de canal de alimentação para colaboração dos membros da biblioteca; 7) avaliação e acompanhamento do desempenho; e 8) criação de estudo dos usuários por via do desenvolvimento das mídias. Apesar de o estudo ser bem abrangente, não foi possível ver onde entraria a interação com os usuários e também para qual finalidade seria o estudo dos usuários.

É certo que a política de postagem expressa por Shirayama e Marquiori (2012) compreende diversas informações que dizem respeito a esta biblioteca, conforme pode ser visto, a seguir: a) serviços da biblioteca; b) incentivo a leitura e uso das bibliotecas; c) notícias das áreas de Ciências Humanas; d) notícias da biblioteca; e) informações sobre fontes, pesquisas e assuntos relacionados; f) informações sobre recursos de pesquisa da biblioteca; g) informações sobre recursos de pesquisa gratuitos na internet; h) eventos da biblioteca; e i) eventos da área de Ciências Humanas. Isso mostra que o planejamento para a implantação deve envolver informações que sejam específicas daquela biblioteca e também aquelas voltadas para a pesquisa e fontes de informações da área.

Neste sentido, para estabelecer uma política para a manutenção do conteúdo nas redes sociais e no portal do Sistema de Bibliotecas da Universidade Estadual de Londrina (UEL), Catarino; Carvalho; Zaninelli (2012) estruturam-na de acordo com: a) **das responsabilidades** – estabelece a competência das tarefas, que compreende desde a captação de conteúdos até a avaliação e revisão para a postagem; b) **dos conteúdos** – estabelece o tipo de informação a ser abrangido; c) **das regras gerais** – estabelece alguns critérios aplicáveis a todas as ferramentas (confiabilidade e menção das fontes); d) **das orientações para cada ferramenta** – apresenta uma breve descrição de cada ferramenta, e seguindo a característica de cada uma, exemplifica as informações que podem conter. Por fim, as autoras destacam que é importante ter parâmetros bem definidos para a manutenção das mesmas.

Exemplos como o documento sobre as políticas de mídia social da South Carolina State Library (2010)¹⁵², o “Guia de Comunicação e Mídias Sociais” (em inglês, *Social Media Guidelines*) da University of Virginia Library (n.d)¹⁵³ e os vários exemplos incluídos no banco de dados de

¹⁵² South Carolina State Library Social Media Policy. Disponível em: <http://www.statelibrary.sc.gov/docs/board/201109_com_scsl_social_media_policy.pdf>. Acesso em: 09 jun. 2013.

¹⁵³ University of Virginia Library *Social Media Guidelines*. Disponível em: <<http://styleguide.library.virginia.edu/web-content/social-media-policy-and-guidelines/>>. Acesso em: 09 jun. 2013.

políticas de redes sociais de Boudreaux (2012)¹⁵⁴ ajudam a nortear o planejamento em torno das redes sociais.

Dessa forma, para iniciar as discussões sobre a formatação de uma política de uso das redes sociais, McClary (2012b) destaca o fato de que a biblioteca deve envolver os funcionários certos com aval dos membros da direção; em seguida, articular junto à equipe escolhida, o conteúdo que será publicado de acordo com os propósitos estabelecidos na política, para poder realizar um treinamento assecuratório de que a equipe internalizará os prós e contras cobertos pelo documento a ser formatado.

O sítio web da biblioteca é a porta de comunicação virtual com os usuários. Assim, Turner (2010) destaca que esse sítio é deveras importante para o seu sucesso, tanto em termos de proporcionar aos usuários o acesso dos recursos disponíveis, como também realizar um serviço satisfatório durante a utilização desses recursos. Com isso, a medição destes serviços é fundamental para determinar o sucesso da biblioteca.

Um planejamento básico não precisa ser exaustivo ou estrito, mas requer que se efetuem as tarefas com eficiência e de forma contínua. Desta maneira, Lloret-Romero (2011, p. 148) sugere que um planejamento básico para o uso das redes sociais em bibliotecas deve:

- 1) definir objetivos reais de uso;
- 2) escolher as ferramentas que podem ser usadas para atingir estes objetivos, tendo em conta o material disponível, e os recursos humanos;
- 3) decidir quem será o responsável pelas redes sociais e quando isso será executado;
- 4) configurar as ferramentas e buscar instrumentos e aplicações que permitem que as tarefas sejam automatizadas, para economizar tempo;
- 5) criar conteúdo;
- 6) gerenciar a comunicação *online* e o diálogo com os usuários participantes;
- 7) realizar a avaliação contínua e também fazer a reformulação de estratégias.

Em um ambiente de mudanças tecnológicas e dos hábitos culturais de consumo dos usuários, as estratégias devem ser flexíveis e abertas a estas condições. Assim, os objetivos estratégicos, segundo Lloret-Romero (2011, p. 149), devem ser claros e representar o ROI sem incorporar aspectos financeiros, conforme a autora destaca a seguir:

- ampliar o escopo de trabalho da biblioteca para além do seu alcance normal;
- abrir um novo canal de comunicação e de serviços;
- promover e facilitar a participação dos usuários nas atividades diárias da biblioteca; e

¹⁵⁴ Chris Boudreaux *Social Media Governance*. Disponível em: <<http://socialmediagovernance.com/policies.php>>. Acesso em: 09 jun. 2013.

- o uso das redes sociais afeta principalmente a visibilidade e imagem da biblioteca, a melhoria do próprio serviço e a experiência do usuário.

A introdução destas plataformas da Web 2.0 nas bibliotecas ajuda também no espaço acadêmico de pesquisa. Torres-Salinas e Delgado-López-Cozar (2009) acreditam que as ferramentas 2.0 permitem também difundir e comunicar resultados científicos no sentido de alcançar maior visibilidade na Web. Do mesmo modo, Torres-Salinas e Delgado-López-Cozar (2009, p. 534) notaram que cada serviço 2.0 tem uma função específica no processo de comunicação de resultados de pesquisas científicas que resultam em três tipos de usos específicos.

1) Aplicações para depósito: que servem para fazer a guarda e armazenamento aberto das publicações como, por exemplo, o *E-lis*¹⁵⁵ para depositar artigos científicos e o *Slideshare*¹⁵⁶ para se colocar material de cursos ou congressos nos formatos .pdf ou .ppt.

2) Um canal central: que será um *blog* para conectar as aplicações de depósito mencionadas anteriormente com os serviços de redes sociais, capaz de ajudar na aceitação da comunidade científica.

3) Canais de difusão: são as aplicações que podem ajudar a difundir e dar maior visibilidade, neste caso podem ser utilizadas as redes sociais (Twitter e Facebook) para anunciar primeiramente as publicações e depois, introduzi-la no circuito científico e profissional.

Desta forma, Torres-Salinas e Delgado-López-Cozar (2009) observam que, se os pesquisadores mantiverem um grupo de contatos, selecionando aqueles que se interessam pela linha de investigação estudada, eles serão os primeiros a conhecer os resultados de pesquisa iniciando a difusão entre os pares que compõem as redes sociais. Neste caso, as bibliotecas podem integrar grupo, oferecendo nas redes sociais um canal de comunicação para a divulgação dos resultados da pesquisa.

Assim, completam Torres-Salinas e Delgado-López-Cozar (2009, p. 537-538), um dos objetivos principais da difusão de resultados da pesquisa neste tipo de ferramentas 2.0 é conseguir maior visibilidade na Internet, e o resultado disso é a possibilidade de classificar os indicadores oferecidos por estes serviços em três grupos conforme está no segmento.

a) Indicadores de influência social: (nós e comentários).

- Número de nós - são os contatos profissionais que temos agregado em nossas contas ou perfis de redes sociais (Twitter e Facebook), também podem ser considerados “nós”, o número de usuários inscritos ao *feed* do *blog* por meio de agregadores como o Bloglines¹⁵⁷ e

¹⁵⁵ Sítio web Eprints: Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/>>. Acesso em: 05 out. 2013.

¹⁵⁶ Sítio web Slideshare: Disponível em: <<http://www.slideshare.net/>>. Acesso em: 05 out. 2013.

¹⁵⁷ Sítio web Bloglines: Disponível em: <<http://www.bloglines.com/>>. Acesso em: 05 out. 2013.

o Google Reader¹⁵⁸. Neste caso quanto maior o número de seguidores, amigos, ou pessoas que acompanham o perfil disponibilizado nas redes sociais, maior será a influência da biblioteca. O Twitter e o Facebook já oferecem indicadores para acompanhar este aspecto.

- Número de comentários e total de réplicas - são as opiniões deixadas por outros usuários em diferentes entradas realizadas pelas aplicações; neste caso, podem ser medidas as entradas no Facebook, como também no *blog* e no Slideshare; no Twitter podem ser consideradas as opções “*reply to*” e no Facebook as opções “Curtir” (em inglês, “*like*”). Este indicador é fundamental para dar prosseguimento na interação e, *a posteriori*, de retenção de usuários ativos na biblioteca de acordo com o assunto por ela abordado.

b) Indicadores de utilização: (visitas, reproduções e reutilização e *downloads*).

- Visitas - pode-se utilizar de múltiplos sistemas de contadores e estatísticas disponíveis na Internet que oferecem outro tipo de informação de grande utilidade (origem, intermediários, comportamento, etc.); neste caso pode-se utilizar o Google Analytics para monitorar a utilização do *blog* e suas diferentes entradas.

- Número de reproduções e total de reutilização das apresentações: ambos os indicadores são oferecidos pelo Slideshare que nos permitem saber quem são os usuários que reproduziram nossa apresentação e quem reutilizou estas apresentações em outros sítios *web*.

- Número de *downloads* e total de leituras do resumo - é a quantidade de usuários que fizeram o *download* da apresentação ou as visualizaram o que pode ser observado pelo Slideshare.

c) Indicadores de reconhecimento - (*links* e citações).

- Número de *links* - podem ser considerados os *links* recebidos pelo endereço do nosso sítio *web* ou *blog* onde foi publicada aquela informação, que podem ser recuperados em sítios *web* como o Technorati¹⁵⁹ ou o Google Blogsearch¹⁶⁰.

- Número de citações recebidas no Google Acadêmico¹⁶¹ - que permite saber quem citou aquele documento depositado num sítio *web* como, por exemplo, o E-lis.

A figura 22, adaptada de Torres-Salinas e Delgado-López (2009), resume todos os indicadores para o monitoramento dos serviços oferecidos na Web 2.0 há pouco descritos.


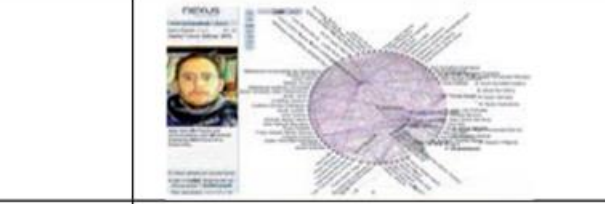


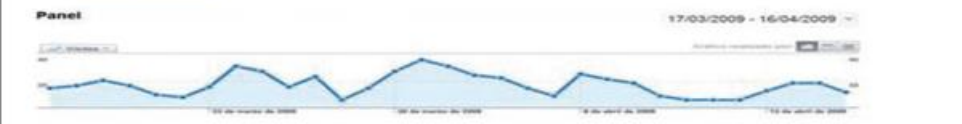





¹⁵⁸ O sítio *web* Google Reader foi descontinuado em julho de 2013 e estava disponível em: <<http://www.google.com/reader>>. Acesso em: 05 out. 2013.

¹⁵⁹ Sítio *web* Technorati: Disponível em: <<http://technorati.com/>>. Acesso em: 05 out. 2013.

¹⁶⁰ Sítio *web* Blogsearch: Disponível em: <<http://www.google.com.br/blogsearch>>. Acesso em: 05 out. 2013.

¹⁶¹ Sítio *web* Google Acadêmico: Disponível em: <<http://scholar.google.com.br/>>. Acesso em: 05 out. 2013.

Figura 22 – Exemplos de indicadores para monitoramento de trabalhos científicos na Web 2.0

| | | | |
|-------------------|------------------------------------|--|--|
| Influência Social | Número de Nós |  |  |
| | Comentários Replicas |  |  |
| Utilização | Visitas |  | |
| | Reproduções Reutilizações |  |  |
| | Downloads Leituras |  | |
| Reconhecimento | Links |  | |
| | Citações no Google Acadêmico |  | |

Fonte: Adaptado, pelo autor e baseado em Torres-Salinas e Delgado-López-Cozar (2009, p. 538).

Dessa forma, participar de redes sociais implica adaptações, constante atualização e monitoramento. Garcia Giménez (2010) ressalta que é preciso escolher em que rede social posicionar a biblioteca e fazer uma avaliação prévia das possibilidades de dedicação, tempo e recursos suficientes para adicionar conteúdo ao seu perfil. O autor aponta que um bom planejamento a explorar a capacidade de *marketing* das redes sociais no conjunto de processos de trabalho da biblioteca pode oferecer as vantagens tangíveis da utilização dessas ferramentas por causa da capacidade viral e da transmissão da informação nas redes sociais.

Ainda nesta questão sobre o monitoramento das interações, já existem algumas experiências em bibliotecas brasileiras. Zocco *et al.* (2010) destacam que em *blogs* é possível usar algumas ferramentas para gerar a estatística de acesso ao *blog*. Na experiência da Biblioteca Central de

Ribeirão Preto (BCRP)¹⁶², da Universidade de São Paulo (USP), para a contabilização de acessos, foi adicionado um contador de visitas gratuito. Após testes com alguns *softwares*, o escolhido foi o Sitemeter Basic Free¹⁶³, cujos relatórios de visitação são bastante detalhados. Aos poucos, conforme foi observado o aumento da visitação, foram adicionados mais recursos oferecidos pela plataforma “Blogger”, a fim de melhorar a interatividade e destacar as seguintes funcionalidades: seguidores (pessoas que querem seguir o *blog* e interagir com outras), e sistema de buscas dentro do conteúdo.

É preciso destacar, porém as causas deste aumento da presença dos usuários na web e a grande participação dos usuários na criação, distribuição, acesso e uso de conteúdo digital na web. Este fenômeno está sendo conduzido por um acesso de banda larga muito veloz e *softwares* que são fáceis de usar. Algumas áreas estão levando vantagem com essa mudança. Na figura **23** é possível observar quem são estes condutores sociais, tecnológicos, econômicos, institucionais e também legítimos desta mudança, segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, do original Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2007, p. 14).

¹⁶² Sítio web do Blog da Biblioteca Central de Ribeirão Preto: Disponível em: <<http://blogbcrp.blogspot.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

¹⁶³ Disponível em:<<http://www.sitemeter.com/>>. Acesso em: 14 out. 2013.

Figura 23 – Condutores da criação de conteúdo pelos usuários

| Condutores da criação de conteúdo pelos usuários |
|--|
| <p>Condutores tecnológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> A disponibilidade de banda larga veloz; O aumento da capacidade dos discos rígidos e das velocidades de processamento associados com custos mais baixos; A diminuição no custo e aumento na qualidade de dispositivos de tecnologia voltados para o consumidor final de áudio, fotografia, e vídeo; A disponibilidade de tecnologias para criar, distribuir e compartilhar conteúdo; O desenvolvimento de ferramentas de <i>software</i> mais simples para criar, editar, e remixar; A ascensão de sítios web de cunho profissional ou amadores que permitem ao usuário criar conteúdo de forma simples. <p>Condutores Sociais</p> <ul style="list-style-type: none"> A mudança para grupos mais jovens (“nativos digitais”) com substanciais habilidades e determinação para o engajamento <i>online</i> (ex: compartilhar conteúdo, recomendar e avaliar conteúdo, etc.) e menos hesitantes de revelar informação pessoal <i>online</i>; O desejo de criar, se expressar e procurar mais interatividade ocorre mais nas mídias sociais que em plataformas de mídia tradicional como a Televisão; O desenvolvimento de comunidades e projetos colaborativos; A expansão de condutores sociais para grupos de pessoas mais velhas voltadas para funções de ajuda para com a sociedade (compromisso social, com políticas e educação). <p>Condutores econômicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Os custos mais baixos e o aumento na disponibilidade de ferramentas para a criação de conteúdo pelo usuário (por exemplo: para criar, editar, hospedar conteúdo) e barreiras de entrada menores; Os custos mais baixos de conexões de Internet banda larga para os provedores e usuários; O aumento do interesse comercial em conteúdo criado pelo usuário e na economia da "Cauda Longa" (incluindo operadoras de celular, provedores de serviço de telecomunicação, os publicadores de mídia tradicional e as máquinas de busca); O aumento de possibilidades de financiar projetos de capital risco relacionados à criação de conteúdo pelo usuário por meio de sítios <i>web</i> e outros veículos de investimento; A maior disponibilidade de anúncios e novos modelos de negócio para financiar conteúdo; <p>Condutores institucionais e legítimos</p> <ul style="list-style-type: none"> O surgimento de esquemas para os quais provêem acesso mais flexíveis a trabalhos criativos e a possibilidade de direito para criar trabalhos derivados - (por exemplo: licenciamento flexível e esquemas como o <i>Creative Commons</i>); O surgimento de licenças, voltadas para o usuário final, que autorizam acordos que concedem o direito autoral aos usuários para que um novo conteúdo seja criado por eles baseado no atual. |

Fonte: OECD (2007, p. 14).

Assim, para marcar presença nas redes sociais, não basta somente adotá-las, pois, segundo Burkhardt (2010), é preciso seguir algumas recomendações: a) colocar *links* das ferramentas 2.0 com o perfil da biblioteca em todo lugar; b) comunicar/falar para os usuários; c) mencionar em cursos ou aulas a presença da biblioteca nas redes sociais; d) colocar material de propaganda nos locais mais visitados na biblioteca; e) adquirir nas redes sociais espaços de propaganda para a sua biblioteca, eles são de baixo custo; f) compartilhar com amigos nas redes sociais para que conheçam

o perfil da biblioteca; g) seguir e procurar ser seguido no retorno; e h) esperar algum tempo para atingir suas metas.

Ao seguir estas recomendações, as bibliotecas estão se preparando para medir os seus resultados nas redes sociais e, assim, justificar o investimento realizado naquela atividade. Arroyo-Vázquez (2013) observa que também que é necessário quantificar para comunicar e demonstrar valor do esforço que foi despendido, para conhecer o impacto da nossa presença, quais são as respostas e os gostos de nossos seguidores e o que se está passando realmente, de maneira que os dados sirvam para melhorar e focar em uma determinada direção a estratégia das redes sociais.

Blair e Level (2008) destacam ainda que falta um padrão de medição para a avaliar um *blog*. Desta forma, as autoras indicam alguns passos para tentar medir o sucesso dos *blogs*, ou, de outra maneira, dos *blogs* de BU. Deste modo, podem-se observar as seguintes métricas de avaliação: estatísticas - número de visitas e *hits*; é o número de vezes que a página *web* é visualizada, sendo o contador de todas as páginas do *blog* que foram visualizadas; número de *links* provenientes de outros *blogs* ou sítios *web*; número de seguidores nos agregadores de conteúdo; número de comentários; e questionários.

Esta falta de padrão para medir os resultados obtidos nas redes sociais expressa algumas dificuldades, conforme ressalta Arroyo-Vázquez (2013). Elas são provavelmente o principal motivo de somente algumas bibliotecas abordarem com profundidade a medição de seu trabalho nas redes sociais. Essa problemática pode ser descrita da maneira como está à frente.

1. Dificil comparação de dados entre um serviço e outro. Existem redes sociais de diferente natureza e cada uma oferece dados distintos, o que faz com que a comparação se torne um desafio.
2. Opacidade e dificuldade na compreensão dos dados. Algumas ferramentas oferecem dados que não podem ser explicados de forma clara, ou que sua interpretação não é fácil. Um exemplo disso é o índice Klout.
3. Dificuldade na extração dos dados. Existem muitos dados que são difíceis de obter, incluindo em alguns casos a necessidade de se recorrer a diferentes fontes e serviços externos.
4. Mudanças nos dados oferecidos pelas redes sociais. Um exemplo disso foi a mudança ocorrida no Facebook em 2011 quando incluiu novos dados e modificou outros existentes tornando difícil a tarefa de comparar os dados anteriores. Estas mudanças fazem com que sejam redimensionados os indicadores de análise previamente estabelecidos.
5. Ausência de pontos de referência. São escassos os centros de características similares que compartilham os dados das redes sociais, e aqueles que fazem não utilizam os mesmos indicadores.

Com isso, Arroyo-Vázquez (2013) estabeleceu quatro parâmetros para poder realizar uma comparação entre as redes sociais, com a possibilidade de ampliar para um quinto, a localização, no caso da presença das redes sociais de geolocalização, os parâmetros utilizados são:

1. publicação - que mede a frequência e intensidade de publicação;
2. seguimento e fidelização - que mede o número de amigos, assinantes, seguidores e seguidos, segundo as características de cada mídia social;
3. interação - mensura a participação dos seguidores; e
4. alcance - determina a quantas pessoas chegam as nossas publicações e só se pode calcular na rede Facebook.

Posto isso, Arroyo-Vázquez (2013) conclui que os parâmetros servem, assim, para detectar áreas de melhora e saber de maneira geral quais são os aspectos nos quais devemos prestar maior atenção em cada perfil. Os parâmetros e indicadores observados por Arroyo-Vázquez (2013) são os que estão relacionados no quadro 16.

Quadro 16 – Parâmetros e indicadores propostos para acompanhamento das redes sociais

| Mídia Social | Parâmetro | Indicador |
|---|------------------|--|
| <i>Blogs</i> | Publicação | Publicações semanais |
| | Acompanhamento | Visitas semanais Páginas vistas semanais |
| | Interação | Comentários por entrada |
| Twitter | Publicação | Número de “ <i>Tweets</i> ” publicados por semana |
| | Acompanhamento | Número total de seguidores |
| | Interação | Interações por seguidores (<i>menções+retweets</i>) |
| Facebook | Publicação | Textos publicados por semana Imagens publicadas por semana Vídeos publicados por semana Eventos publicados por semana |
| | Acompanhamento | Números de seguidores da página |
| | Interação | Comentários por publicação “Curtir” por publicação Número de Compartilhamentos |
| | Alcance | Alcance total por seguidor |
| Outras Redes Sociais Tuenti e Google + | Publicação | Publicações por semana Imagens publicadas por semana Vídeos publicados por semana Eventos publicados por semana |
| | Acompanhamento | Amigos ou seguidores do perfil |
| | Interação | Comentários recebidos por semana “Curtir” ou +1 recebidos por semana Publicações compartilhadas por semana |
| Serviços para Compartilhar | Publicação | Imagens publicadas por semana Arquivos de áudio publicados por semana Vídeos publicados por semana Documentos publicados por semana |
| | Acompanhamento | Seguidores |
| | Interação | Comentários recebidos por semana “Curtir” recebidos em uma semana Número de Compartilhamentos por semana |

Fonte: Arroyo-Vázquez (2013).

González Fernández-Villavicencio *et al.* (2013) propõem uma série de indicadores e métricas que servem para avaliar as ações nas bibliotecas, quando o assunto envolve as redes sociais, assim como o seu impacto para a comunidade de usuários correspondente.

No sentido de elaborar métricas e indicadores para avaliação das redes sociais em bibliotecas, González Fernández-Villavicencio *et al.* (2013) observaram dois autores Brown (2011) e McDaniel (2011).

Brown (2011) exprime três âmbitos-chave para elaborar esta proposta de indicadores e métricas que foram considerados por González Fernández-Villavicencio *et al.* (2013, p. 7) : 1) atividade – esta métrica faz referência às ações que uma organização leva em consideração quando envolvem as redes sociais, que podem ser: a frequência de atividade em *blogs*, o número de atualizações etc.; 2) interação – esta métrica destaca o nível de comprometimento dos usuários, fãs e seguidores com a organização por meio de suas atividades na web social: incluindo os “curtir” (em inglês, *likes*), quantidade de elementos visualizados ou compartilhados (vídeos e fotos), número de *retweets*, solicitações de informação, número de *downloads* de documentos do sítio web, número de *downloads* de tutoriais em formato multimídia, visitas realizadas ao sítio web, quantidade de empréstimos, renovações, páginas vistas de *blogs*, assinaturas de um canal etc.; 3) ROI (do inglês, *Return On Investment*-Retorno sobre o Investimento) – neste caso, se mede a existência de um aumento ou diminuição em relação entre o que se investiu em cada um dos serviços da web social que a biblioteca gerencia, e o benefício que se obtém com cada um deles, incluindo: perguntas de referência, empréstimos, renovações, disseminação seletiva da informação, busca e acesso a recursos, documentos impressos e eletrônicos etc. O quadro 17 resume cada uma das métricas e respectivos indicadores.

Quadro 17 – Contexto para elaboração de indicadores para as redes sociais em bibliotecas

| | Quantitativo (# - número) | Qualitativo |
|---|---|--|
| Atividade | # de <i>posts</i> Frequência de atualização | Conteúdo dos Comentários |
| Interação | # “curtir” # Comentários # seguidores/fãs # Páginas vistas de <i>blogs</i> Porção de conteúdo gerado pelo usuário | Sentimento do usuário Aprendizado Agitação |
| ROI (Retorno sobre o Investimento) | # Perguntas de referência # Empréstimos # Renovações # Busca e acesso a recursos | Casos de sucesso Aprendizado |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Já McDaniel (2011) tem como proposta medir de forma regular três valores específicos: 1) tamanho total da comunidade *online* - que envolve a soma de todos os membros de comunidades ou redes que sejam geridas pela organização; 2) tráfego social - medido mensalmente por meio de

ferramentas como o Google Analytics¹⁶⁴ ou Webtrends¹⁶⁵; 3) sensação – menções à marca provenientes das mensagens oriundas das redes sociais usando para isso ferramentas como o Google Alerta¹⁶⁶ ou a ferramenta Social-Mention¹⁶⁷ durante um período.

Assim, baseando-se em métricas provenientes da Biblioteca da Universidade de Sevilha e da Rede de Bibliotecas Municipais de La Coruña e também da Biblioteca da Universidade de Vancouver (Canadá), González Fernández-Villavicencio *et al.* (2013) elaboraram um conjunto de indicadores que proporcionam uma visão ampla do impacto deles na comunidade *online* com o uso que as bibliotecas estão fazendo das ferramentas da web social. González Fernández-Villavicencio *et al.* (2013), contudo, alertam para a noção de que durante um período de avaliação dos dados, é possível que indicadores não levados em conta neste primeiro momento aumentem sua relevância ao variar as possibilidades de conteúdo que oferece cada ferramenta.

Com efeito, González Fernández-Villavicencio *et al.* (2013) elaboraram os indicadores e métricas considerando objetivos estratégicos e táticos específicos para cada uma delas, conforme o quadro 18.

Quadro 18 – Proposta para indicadores de acompanhamento da Biblioteca 2.0

| Objetivo Estratégico | Objetivo Tático |
|-----------------------------|--|
| Visibilidade da Marca | 1. A popularidade 2. Atividade |
| Fidelização | 3. Tráfego |
| Influência | 4. Percepção social do valor da marca |
| Relevância | 5. Taxa de Interação (engajamento) 6. Taxa de conversão |

Fonte: adaptado, pelo autor, de González Fernández-Villavicencio *et al.* (2013, p. 9).

O primeiro dos objetivos estratégicos faz referência à “Visibilidade da marca” que para ser atingido considera como objetivo tático:

1) **A popularidade** (seguidores) – apesar de a qualidade ser mais importante que a quantidade espera-se ter uma grande quantidade de seguidores, assim as métricas aqui envolveriam o número de seguidores (*followers* no Twitter), o número de fãs (páginas no Facebook), seguidores em *blogs*, amigos (Google+), Assinantes (para os demais canais que utilizam as redes sociais), contatos (LinkedIn), assinantes de canais RSS, ou assinantes nos serviços web desenvolvidos pela unidade de informação. Neste caso considera-se como ferramenta de monitoramento do *marketing* social: Klout¹⁶⁸, Facebook Insight¹⁶⁹, estatísticas de *blogs*, *wikis*, etc.; estatísticas de serviços

¹⁶⁴ Google Analytics. Disponível em:<<http://www.google.com/analytics/>>. Acesso em: 14 out. 2013.

¹⁶⁵ Webtrends. Disponível em:<<http://webtrends.com/>>. Acesso em: 14 out. 2013.

¹⁶⁶ Google Alerts. Disponível em:<<http://www.google.com/alerts?hl=pt-BR>>. Acesso em: 14 fev. 2013.

¹⁶⁷ Social Mention. Disponível em:<<http://socialmention.com/>>. Acesso em: 14 fev. 2013.

¹⁶⁸ Klout.com. Disponível em:<<http://klout.com/>>. Acesso em: 14 fev. 2013.

¹⁶⁹ Facebook Insight. Disponível em:<<https://www.facebook.com/FacebookInsights/>>. Acesso em: 14 fev. 2013.

próprios para ferramentas como o Tweet Grader¹⁷⁰, Twitter Counter¹⁷¹, Social Bakers¹⁷² ou Google+ Statistics.

2) **A atividade** – mede a frequência da atividade nos serviços e perfis próprios que a unidade de informação disponibiliza nas ferramentas 2.0. As métricas utilizadas para este indicador serão os seguintes: número de posts em *blogs*, número de entradas e atualizações nas *wikis*, entradas na linha do tempo (*timeline*) ou mural presentes nas redes sociais (Facebook), nos sítios onde se compartilham arquivos pode-se incluir o número de *uploads* (Netvibes, Issuu, Flickr, Youtube, etc.); *links* criados em marcadores sociais dirigidos ao sítio web ou *blog* como serviço de referência; comentários respondidos nas redes sociais; *chat* (mensagem instantânea) – número de mensagens respondidas pela biblioteca; grupos, listas e círculos criados pela biblioteca; tempo de resposta aos comentários. As mesmas ferramentas analíticas do item anterior podem ser utilizadas neste caso.

3) **Tráfego** – este objetivo estratégico faz referência à fidelização da marca, que deve ser um dos principais objetivos das redes sociais. Suas métricas principais envolvem a quantidade de visitantes únicos, páginas vistas, *links* de entrada e tempo de permanência no sítio web.

4) **Percepção social do valor da marca** – este objetivo estratégico tem como finalidade averiguar a lealdade da marca e a influência que ela exerce nos seus usuários. Assim, com este objetivo se pretende medir a sensação que a marca produz na comunidade. Como métricas pode-se destacar: o número de menções a marca em serviços web de terceiros, *blogs*, redes sociais, etc.; a porcentagem de comentários positivos, negativos e neutros com respeito ao total de comentários feitos a um *post*, os índices do Social Mention (SoMes), o parâmetro de influência pertencente ao índice Klout; o parâmetro de conversações pertencentes ao índice SoMes.

5) **Taxa de interação** (engajamento) – o engajamento é o grau com que as pessoas interagem com a marca e em concreto com o conteúdo presente nas redes sociais. A participação demonstra que as pessoas estão interessadas no conteúdo, desta forma as seguintes métricas são observadas: número de comentários, número de etiquetas (*tags*) relacionadas aos conteúdos, solicitações de informações, compartilhamento de conteúdos incluindo os multimídia, *retweets*, favoritos, recomendações, número de “curtir”, arquivos multimídia visualizados, listas ou círculos que incorporam a unidade de informação.

6) **Taxa de conversão** – neste caso, deve-se contabilizar o número de usuários potenciais que chegam a se converter em clientes, ao realizar as ações que se façam necessárias ao especificar os objetivos estratégicos (de negócio) e táticos (objetivos web). Assim, esta taxa de conversão se trata do aumento no uso dos serviços da web social que a biblioteca gerencia e, por conseguinte,

¹⁷⁰ Tweet Grader. Disponível em:<<http://tweet.grader.com/>>. Acesso em: 14 fev. 2013.

¹⁷¹ Twitter Counter. Disponível em:< <http://twittercounter.com/>>. Acesso em: 14 fev. 2013.

¹⁷² Social Bakers. Disponível em:< <http://www.socialbakers.com/>>. Acesso em: 14 fev. 2013.

também o aumento dos empréstimos, das visitas ao serviço de referência, das renovações, reservas, perguntas de referência, de solicitações de informações etc. Para isso, as métricas utilizadas são: envio de formulário de empréstimo interbibliotecário, envio de solicitação de curso de formação, envio de solicitação de renovação de empréstimo de um documento, arquivos de documentos eletrônicos baixados da internet, solicitações de aquisições, reservas de salas, número de cursos solicitados e número de inscritos, arquivos de tutoriais baixados. O quadro 19 encerra os objetivos e os respectivos indicadores, de forma resumida.

Quadro 19 – Objetivos e indicadores das redes sociais em bibliotecas

| Objetivo Estratégico | Objetivo Tático | Indicadores (# - número) |
|-----------------------|---------------------------------------|---|
| Visibilidade da Marca | 1. A popularidade | # seguidores (<i>Followers</i> no Twitter); # fãs (páginas no Facebook); # seguidores em <i>blogs</i> ; # amigos (Google+); # assinantes (outros canais que utilizam as redes sociais); # contatos (Linkedin); # assinantes de canais RSS; # assinantes nos serviços web; |
| | 2. Atividade | # <i>posts</i> em <i>blogs</i> ; # entradas e atualizações nas <i>wikis</i> ; # entradas na linha do tempo (<i>timeline</i>) ou mural (Facebook); # <i>uploads</i> (Netvibes, Issuu, Flickr, Youtube, etc); # <i>links</i> criados em marcadores sociais; # comentários respondidos nas redes sociais; # mensagens respondidas via <i>chat</i> pela biblioteca; # grupos, listas e círculos criados pela biblioteca; tempo de resposta aos comentários. |
| Fidelização | 3. Tráfego | quantidade de visitantes únicos; páginas vistas; <i>links</i> de entrada; tempo de permanência no sítio web. |
| Influência | 4. Percepção social do valor da marca | # menções a marca em serviços web de terceiros, <i>blogs</i> , redes sociais, etc.; % comentários positivos, negativos e neutros baseado no total de comentários de um <i>post</i> ; índices do Social Mention; parâmetro de influência baseado no índice Klout; parâmetro de conversações índice SoMes. |
| Relevância | 5. Taxa de Interação (engajamento) | # comentários; # etiquetas (<i>tags</i>) relacionadas aos conteúdos; # solicitações de informações; # compartilhamento de conteúdos incluindo os multimídia (Youtube, Facebook, etc.); # <i>retweets</i> (Twitter); # favoritos (Youtube); # recomendações (Facebook); # “curtir” (Facebook); # arquivos multimídia visualizados (Issuu, etc.); # listas ou círculos que incorporam a unidade de informação (Google+). |
| | 6. Taxa de conversão | aumento dos empréstimos; # visitas ao serviço de referência; # reservas; # renovações; # perguntas de referência # solicitações de informações. |

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

A compreensão de aspectos tecnológicos e não tecnológicos proporciona uma visão destacada no momento da elaboração do planejamento estratégico nas bibliotecas. Bevan (2009) e

seus colegas da Biblioteca Nacional do País de Gales (BNPG) observaram que a Web 2.0 poderia afetar todos os aspectos do seu negócio, e, em função disso, criaram um grupo de trabalho para compreender todos os aspectos tecnológicos e não tecnológicos para dar subsídios ao Planejamento Estratégico da BNPG. Neste sentido, eles procuraram identificar quatro elementos para aprofundar a análise destes aspectos, a saber: a reanálise dos dados estatísticos coletados do sítio web da biblioteca; as habilidades de análise daqueles colaboradores envolvidos com a web na biblioteca; uma revisão do conteúdo web que eles tinham e como ele era utilizado; e as discussões abertas no sítio web e também questionários aplicados com os colaboradores.

Bevan (2009) indica, ainda, que o fundamental para dar suporte ao contínuo desenvolvimento da estratégia seria reavaliar como eles determinam o sucesso da presença na Web. Mais do que contar visitas e *hits*, devemos olhar para as tendências-chave dos conteúdos; avaliar o ‘micro-*feedback*’ no formulário de páginas populares, reduzir as taxas de salto nas páginas de entrada do sítio web e contar o número de “interações ativas”. Bevan (2009) define “interações ativas” como atividades acima e além da simples visão – cada usuário faz o esforço para ser “amigo” da biblioteca num sítio web de uma rede social, jogar um jogo *online*, etiquetar um conteúdo ou deixar um comentário.

Síntese da seção

Nesta seção, é possível observar que os parâmetros propostos por Arroyo-Vázquez (2013) possuem uma visão mais operacional. Os objetivos e indicadores relacionados por González Fernández-Villavicencio *et al.* (2013) possuem uma visão mais estratégica. Com isso, se complementam para poder posicionar as redes sociais junto ao planejamento e avaliação dos serviços oferecidos pela biblioteca como um todo. Acrescente-se a eles os indicadores propostos por Torres-Salinas e Delgado-López-Cozar (2009) para atender especificamente ao monitoramento de trabalhos científicos na Web 2.0.

Isto posto, pode-se ressaltar como contribuições desta seção de planejamento e avaliação das ferramentas 2.0 em Bibliotecas:

- a definição de parâmetros e indicadores para poder monitorar aspectos operacionais, táticos e estratégicos nas bibliotecas universitárias espanholas, podendo esse modelo ser verificado em outros países, já que não foram observados detalhes relacionados com o modelo baseado no Espaço Europeu de Ensino Superior;

- a importância de medir os resultados de projetos de redes sociais procurando avaliar junto aos bibliotecários o seu alcance perante os usuários, pesquisadores e docentes fazendo parte inclusive das avaliações pela qual passa a biblioteca anualmente;

- a contribuição de conteúdo oferecido pelos usuários ativos que participam dos perfis das redes sociais onde a biblioteca se faz presente ao etiquetar e deixar um comentário em um *post* incluído numa das plataformas utilizadas pela biblioteca universitária;

- a importância de um planejamento básico para o uso das ferramentas 2.0 nas bibliotecas podendo seguir como exemplo os sete passos propostos por Lloret-Romero (2011), observando nestes passos alguns exemplos aqui destacados de políticas de redes sociais como os da South Carolina State Library (2010) e, o “Guia de Comunicação e Mídias Sociais” (do inglês, *Social Media Guidelines*) da University of Virginia Library (n.d). É interessante ressaltar que já existem diversos guias de uso e estilo das plataformas de aplicação da Web Social em bibliotecas espanholas, vide Biblioteca da Universidad de Sevilla e Biblioteca da Universidad Carlos III de Madri.

Nos últimos anos, com a crescente utilização de dispositivos móveis, incluindo telefones celulares, *tablets* e *netbooks* pelos usuários de bibliotecas, surgiu a necessidade de adaptar os sistemas de gestão do acervo utilizados pelas bibliotecas para incluir características que permitam a navegação e a interação por meio destes aparatos tecnológicos. A presença na web agora se faz por diversos dispositivos que permitem a convergência tecnológica e a assistência 24 horas durante os sete dias da semana, passando com isso pela interação nas ferramentas 2.0 com os usuários de bibliotecas.

2.9 O emprego dos dispositivos móveis nas bibliotecas

A comunicação e a interação com os usuários das bibliotecas foram objeto de mudanças significativas com o surgimento da Web Móvel e os dispositivos que se conectam a ela. Novos serviços desenvolvidos para telefones celulares permitem que as pessoas criem, desenvolvam e reforcem vínculos sociais. Muitos destes serviços privilegiam aplicações desenvolvidas para redes sociais que ajudam a constituir valiosas redes para compartilhar informação e recursos (HUMPHREYS, 2007).

O avanço das telecomunicações, capazes de permitir as conexões de redes sem fio e a consultas a internet desde o telefone celular e a aparição no mercado de um grande número de dispositivos cada vez mais fáceis e cômodos de usar, em que a conectividade é um algo a mais, levaram ao surgimento da expressão “Web Móvel” para referir-se ao acesso a Web desde dispositivos cuja principal qualidade é a mobilidade (ARROYO-VÁZQUEZ, 2009, p. 129).

Este panorama onde a Internet oferece a oportunidade de as pessoas recriarem virtualmente um mundo onde as forças econômicas, políticas, culturais e sociais se manifestam em diferentes

contextos, traz consigo um elemento a mais para compor aspectos relacionados com tempo e lugar onde foi gerada a informação: a mobilidade (MANTOVANI; MOURA, 2012).

Desta forma, percebendo o seu potencial, muitos bibliotecários estão aproveitando o desenvolvimento dos dispositivos móveis para realizar atividades a qualquer hora ou qualquer lugar. As tecnologias de computação móvel encontram-se em franca evolução e parecem destinadas a se transformar no novo paradigma dominante da computação atual e provavelmente das gerações futuras (MYERS *et. al.*, 2003).

Os artefatos que implementam esta mobilidade funcional agregam diversos recursos para produzir e disseminar a informação. Sejam os telefones celulares, que hoje assumiram a condição de *smartphones*, estas atividades informacionais têm ainda a ajuda dos computadores portáteis, *tablets* e *palmtops* e todos os demais dispositivos que possam se conectar com as redes sem fio ou, ainda, por meio de sistemas Bluetooth¹⁷³, para poder acessar e receber algum tipo de informação (MANTOVANI; MOURA, 2012).

As bibliotecas universitárias com isso foram redesenhando e redefinindo os seus espaços físicos e virtuais. Segundo McEwen e Scheaffer (2012), a mudança de paradigma continua a acontecer. Onde antes havia uma biblioteca universitária com ambiente silencioso, interrompido pelos intermitentes sons de virar de páginas, e cliques nos teclados dos computadores, hoje em dia encontramos um espaço movimentado e completamente interativo, baseado em tecnologias móveis projetadas para encorajar e promover a aprendizagem.

Segundo o ACRL Research Planning and Review Committee (2012) em seu relatório sobre as dez maiores tendências em bibliotecas universitárias norte-americanas os dispositivos móveis estão mudando o modo como a informação está sendo entregue e acessada. Isso está ocorrendo em virtude do aumento na oferta na disponibilidade de serviços e entrega de conteúdo por meio destes aparatos, o que pode ser observado pelos aplicativos fornecidos pela EBSCOhost, no formato para dispositivos iPhone, iPod touch, e Android.

Estas mudanças foram implantadas em um esforço para refletir a transformação digital dos estudos e da sociedade e, ao mesmo tempo, apoiar os esforços de ensino e pesquisa do corpo docente e dos alunos. Esta transformação de uma biblioteca universitária tradicional, onde o espaço

¹⁷³ O Bluetooth é uma tecnologia de comunicação de curto alcance (em média dez metros). As conexões entre dispositivos equipados com a tecnologia possibilitam que estabeleçam uma comunicação sem fio através de redes *ad hoc* conhecidas como piconets (as piconets são estabelecidas dinamicamente e automaticamente na medida em que os dispositivos ingressam numa frequência de rádio próxima). O sistema opera na frequência não licenciada (2.4 a 2.485 GHz). A tecnologia foi desenvolvida pela fabricante de celular Ericsson, em 1994, e o nome Bluetooth vem do rei viking Harald Bluetooth, responsável pela unificação da Dinamarca e Noruega. Fonte: <http://www.bluetooth.com>.

de estudo era calmo e os materiais impressos eram abundantes, para um espaço de aprendizagem mais colaborativo, rico em tecnologia, é frequentemente expresso mediante a utilização da expressão em inglês *information commons* (BROWN, 2004; FURNIVAL; GRACIOSO, 2011).

O conceito de *Information Commons* foi primeiramente concebido por Beagle (1999), como perspectiva de modelo de serviços contemporâneos para bibliotecas, que foi delineado para representar espaços digitais de compartilhamento de informação potencializados pelos avanços nas representações, descrições, formatações e marcações de dados; e também para nominar os espaços físicos das bibliotecas que oferecem uma dinâmica na distribuição e apresentação de conteúdos, tecnologias e usuários.

Em síntese, a sinergia entre acesso à informação digital e impressa, espaços compartilhados para trabalho, e acesso às TIC para a produção de novos trabalhos e conhecimento é a marca dos *Information Commons* (FURNIVAL; GRACIOSO, 2011).

Na virada do milênio, no entanto, dicções como Biblioteca e Laboratório Integrado, do inglês, *integrated library and lab, learning commons, commons 2.0*, Biblioteca Mista, do inglês, *blended library*, e Laboratórios de Tecnologia de Colaboração, do inglês, *collaborative technology laboratories*, também foram sendo adotados para denotar espaços congruentes com a dinâmica do aprendizado digital suportados pela utilização das tecnologias móveis e das redes sociais. (BEAGLE, 1999; BELL; SHANK, 2004; LIPPINCOTT, 2004; BARTON; WEISMANTEL, 2007; SINCLAIR, 2007).

Conforme distingue Beagle (1999), as bibliotecas, principalmente as voltadas para o estudante atual, que faz parte do que aqui se considera Geração Y, deverá ser um espaço de integração, com modelos dinâmicos que contextualizam a informação e que criam espaços colaborativos de trabalho em grupo em que o estudante incorpora a mobilidade junto com a aprendizagem.

Sinclair (2007) ressalta aspectos relacionados ao *design* atual de bibliotecas, adequando-os como espaços de aprendizado colaborativo, de interação e criatividade, de *co-learning*, amparados por uma filosofia construtivista que reabilita o mundo das ações, das práticas e das experiências sociocotidianas daqueles que perseguem a busca e conquista do conhecimento.

Assim, Sinclair (2007) reforça dizendo que, estes espaços de aprendizado incorporam a liberdade da comunicação baseada numa rede sem fio, espaços de trabalho flexíveis que promovem a interação e a colaboração num local formado por móveis confortáveis, arte e *design* que fazem os usuários de bibliotecas sentirem-se relaxados e encorajados na tarefa de aprender.

Arroyo-Vázquez (2009) ressalta que a Web Móvel afeta a todos os setores com conteúdos *web* e a quem gerenciam os serviços e, por conseguinte, também as bibliotecas. E completa:

Um dos elementos que estão contribuindo para a difusão da Web Móvel são as redes sociais, que desde algum tempo nos brindam com a possibilidade de estar conectados com outras pessoas e compartilhar recursos com elas de forma instantânea: desde nosso telefone celular, por exemplo, podemos publicar um texto em nosso *blog*, carregar ao Flickr ou Youtube as fotos ou vídeos que acabamos de fazer com a sua câmera, ou comunicarmos mediante Twitter, Facebook ou Tuenti com nossos contatos e todo isto mediante interfaces criadas especificamente para eles (ARROYO-VÁZQUEZ, 2009, p. 130).

O telefone celular, dentre estas tecnologias de computação móvel, de acordo com Safko e Brake (2010), é o ápice tanto da convergência digital quanto da mídia social e, provavelmente, tem feito mais para o avanço da mídia social do que qualquer outro dispositivo digital sozinho.

Safko e Brake (2010, p. 263) ainda completam:

Um dos primeiros grandes avanços depois da criação da Internet foi a tecnologia celular. Os telefones celulares de hoje permitem que as pessoas leiam um *blog*, naveguem na *web*, tirem e compartilhem fotos e vídeos, mandem *tweets* para grupos de seguidores, acessem mapas, assistam a um filme, ouçam um *podcast* e até mesmo faça um telefonema.

Neste sentido, as bibliotecas utilizam algumas aplicações móveis criadas em benefício próprio e, para ajudar aos seus usuários, como é o caso dos códigos QR (em inglês, *Quick Response*), que permitem aos usuários conhecerem a localização dos sítios web, como também de registros do catálogo OPAC (WALSH, 2010; GARITA-ARAYA, 2013). Uma aplicação, que é instalada no dispositivo, como por exemplo a *i-nigma*¹⁷⁴, faz uso da câmera presente no *smartphone* para a leitura do código QR que resulta no redirecionamento do conteúdo para um sítio web ou conteúdo específico que logo em seguida será apresentado na tela do dispositivo. A figura 24 mostra alguns exemplos de códigos QR.

Figura 24 – Exemplos de códigos QR



Fonte: Elaborada pelo autor.

¹⁷⁴ Aplicação para leitura de QR Codes : *i-nigma*. Disponível em: <<http://www.i-nigma.com/Download-i-nigmaReader.html>>. Acesso em: 10 out. 2013.

Segundo García-Giménez (2013), os códigos QR são uma evolução do código de barras tradicional que permitem com o seu uso fazer com que as bibliotecas possam conectar os seus usuários disponibilizando conteúdo e inúmeras outras possibilidades, como, o que está a seguir:

- Promoção e acesso aos serviços web, *blog*, bibliotecas virtuais e redes sociais. Pode-se imprimir e colocar códigos QR no mobiliário da biblioteca, em painéis ou sobre as estruturas dos edifícios.
- Acesso à formulários *online*, que permitam realizar reservas para serviços de internet, reservas de salas de estudo, caixas de sugestões etc.
- Promoção e acesso a bases de dados assinadas pela biblioteca. Por meio da instalação deste tipo de código nas áreas de referência e nas áreas temáticas correspondentes.
- Aumentar a difusão e promoção da coleção. Por meio da inclusão de códigos QR nos materiais de promoção, marcadores de páginas, capas dos documentos, *folders*, etc. Pode-se também criar um acesso direto a vídeos promocionais, áudioguias, recomendações que sejam relacionadas com o material da coleção.
- Acesso a áudiolivros e *ebooks*. Instalando códigos QR pela biblioteca ou em um espaço público.
- Acesso a serviços de referência virtual.
- *Links* de sítios webs ou perfis da biblioteca criados nas redes sociais (*blogs*, *twitter*, *facebook*, etc.) que são versões adaptadas para dispositivos móveis.
- Complementar a informação de *posters*, painéis explicativos, diretórios.
- Incluídos nos registros bibliográficos do catálogo OPAC, que pode facilitar a gestão da informação correspondente.
- Ao se colocar o código QR sobre o livro físico, por meio de um dispositivo móvel pode-se ter acesso à informação existente no catálogo OPAC sobre essa obra.

Assim, a biblioteca se reinventa no contexto virtual e, ao mesmo tempo, ajuda a recriar a cidade, permitindo trazer informações com a ajuda desta tecnologia presente no código QR. Um exemplo disso pode ser observado, conforme Ibañez-Hernandez (2012), na cidade de Burgos na Espanha, onde a biblioteca pública criou conteúdo junto com o centro de recepção turística da cidade, os *Paseos literarios por Burgos*¹⁷⁵, para recuperar a memória local, promover os artistas da cidade e sua memória literária.

O fato de as novas versões de dispositivos móveis chamadas *smartphones* incluírem um Sistema de Posicionamento Global, do inglês *Global Positioning System* (GPS), amplia ainda mais sua capacidade de interconexão com outros usuários e também com as bibliotecas.

Segundo Tosete (2008), uma das implicações da mobilidade é o geoposicionamento, aplicação que até bem pouco tempo era de uso exclusivamente militar. Pela primeira vez, qualquer

¹⁷⁵ Wiki *Paseos literarios por Burgos*. Disponível em: <<http://paseosliterariosburgos.wikispaces.com/>>. Acesso em: 10 out. 2013.

peessoa pode situar sua posição no mapa de forma dinâmica graças aos GPS integrados nos telefones celulares, ou *smartphones*.

As redes sociais procuram aproveitar as características da mobilidade e do geoposicionamento para melhorarem o *marketing* das bibliotecas públicas e universitárias. A rede social Foursquare¹⁷⁶, criada em 2009 e que já conta com cerca de 15 milhões de usuários, permite ao usuário de dispositivos móveis que possuem GPS ou rede sem fio fazer o *check in* ou verificação dos lugares que está visitando. Assim como em outras redes sociais, ela encoraja o usuário a compartilhar informação e se socializar com outras pessoas.

De acordo com McClary (2012), a rede Foursquare é descrita como “50% encontra-amigos, 30% guia turístico social, 20% jogo para vida noturna”. Nela os usuários adquirem pontos a cada vez que realizam o *check in*, e assim podem adquirir emblemas, do inglês *badges*, e também se tornarem prefeitos, do inglês *mayor*, em um local visitado no qual realizam muitos *check ins*.

O emblema *Bookworm* está disponível para aqueles usuários que realizam o *check in* em livrarias ou bibliotecas. A Biblioteca Pública de Nova Iorque (do inglês, New York Public Library – NYPL) para comemorar o centenário de uma das suas filiais, na Rua 42, em Nova Iorque, lançou juntamente com a rede Foursquare um emblema que celebra este aniversário. (NYPL, 2011). A figura 25 traz os dois emblemas há pouco citados, sendo o de cima o Bookworm e o de baixo relacionado com o centenário da NYPL.

Figura 25 – Emblemas do Foursquare relacionados a bibliotecas



Fonte: Elaborada pelo autor.

Para as bibliotecas públicas, Foursquare oferece uma maneira poderosa de se conectar com os visitantes em tempo real, por meio dos dispositivos móveis. McClary (2012) indica algumas maneiras de como usar o Foursquare para a biblioteca desenvolver o seu *marketing*.

¹⁷⁶ Foursquare - rede social de geoposicionamento. Disponível em: <<https://foursquare.com/>>. Acesso em: 08 fev. 2013.

- Adicione eventos realizados pela biblioteca ao Foursquare para que os usuários façam o *checkin*. Talvez até oferecer um prêmio para as primeiras pessoas que realizarem.
- Indicar um local especial na biblioteca para o prefeito do Foursquare.
- Trabalhar com empresas e firmar parcerias para recompensar *checkins* com ingressos de cinema, cafés gratuitos e outros prêmios. Trata-se de uma ação de *marketing* para ambos.
- Criar “dicas” sobre sua biblioteca direcionando usuários para as áreas ou serviços específicos, como por exemplo, coleção “grandes livros sobre a história local! Vá até o segundo andar da biblioteca”.
- “Dicas” de dispersão em lugares da cidade que são relevantes para sua biblioteca. Por exemplo, num memorial voltado para participantes da II Guerra Mundial, deixe uma sugestão direcionando-os para sua biblioteca informando sobre a coleção voltada para II Guerra Mundial incluindo o *link* URL para o catálogo OPAC.

Sendo assim, as ações utilizando as redes sociais com o acesso via dispositivos móveis podem incrementar a visita das bibliotecas, contudo, a escolha do usuário por um dispositivo móvel que ofereça muitas funcionalidades acaba se tornando algo complexo.

Arroyo-Vázquez (2012) destaca ainda a existência de vários dispositivos e modelos presentes no mercado. A isto se acrescentam diferentes funções e características presentes nos dispositivos móveis. Arroyo-Vázquez (2012, p. 21-25) observa, porém, que existem algumas características presentes em vários modelos:

- Visualização** - esta característica é que faz chegar ao usuário os conteúdos, ela envolve a profundidade da cor (*bits* por polegada), o tamanho da tela e a tecnologia com que a tela foi fabricada (telas de infravermelho, *touchscreen* resistivas e capacitivas).
- Interação** - esta característica envolve elementos que permitem a comunicação com o dispositivo, neste sentido com a redução do teclado e a eliminação do *mouse*, a navegação precisa ser mais elaborada com a ajuda de teclados virtuais, *trackball* (utilizado em dispositivos da linha Blackberry e HTC) e mais recentemente por sistemas de navegação por voz como o SIRI¹⁷⁷ do modelo Apple iPhone 4S e o S Voice¹⁷⁸ do modelo Samsung Galaxy SIII.
- Conectividade** - para que ocorra a navegação, a conectividade é indispensável, neste caso, muitos dispositivos móveis incorporam a conectividade Wifi (para acesso a redes

¹⁷⁷ VILLUGAS, J. Siri el asistente inteligente del iPhone 4S. 01 nov. 2011. Disponível em: <<http://www.wihe.net/10855/siri-iphone-4s/>>. Acesso em: 06 fev. 2013.

¹⁷⁸ MARTINS, Vitor. S Voice – o SIRI do Samsung Galaxy SIII. 7 mai. 2012. Disponível em: <<http://pplware.sapo.pt/high-tech/s-voice-o-siri-do-samsung-galaxy-s-iii/>>. Acesso em: 06 fev. 2013.

sem fio) que requer um ponto que emita um sinal de acesso a internet para que o dispositivo possa navegar na web. Embora outras tecnologias possam ser utilizadas para esta característica funcionar como, por exemplo, o acesso via rede Bluetooth ou as redes de acesso 3G (terceira geração de dispositivos móveis) ou 4G (quarta geração).

Até o final de 2007, o número de telefones celulares superou 3,3 bilhões de assinaturas em todo o mundo, o que representa mais da metade da população mundial, e faz do telefone celular o dispositivo eletrônico mais comum e a tecnologia mais amplamente usada (SAFKO; BRAKE, 2010).

Ao repassar estas estatísticas, Wisniewski (2011) observa que em 2014 o uso da Web Móvel ultrapassará o emprego da web por meio de computadores de mesa. Desde então, um considerável número de bibliotecas tem formatado os seus serviços para a disponibilização neste novo ambiente de mobilidade, incluindo conteúdo que informa sobre: horários e localização das bibliotecas, dados de contato que abrangem *email*, serviço de mensagem instantânea, telefone, e também o acesso ao catálogo OPAC em sua versão móvel.

Em pesquisa realizada pelo *Library Journal*¹⁷⁹, Thomas (2010), nas bibliotecas dos EUA em 2010, foi observado pelas respostas que 44% das bibliotecas universitárias e 34% das bibliotecas públicas disseram que oferecem “algum tipo de serviço móvel para os seus usuários” e cerca de duas em cada cinco bibliotecas planejam desenvolver serviços móveis para bibliotecas num futuro próximo (THE DIGITAL SHIFT, 2012).

Para 2012, esperava-se que os serviços móveis para bibliotecas chegassem à maturidade, que os sítios web móveis fossem refinados, o conteúdo seria acrescido, mais plataformas apropriadas para serviços móveis fossem disponibilizadas e a usabilidade dos recursos móveis restasse mais bem avaliada (THE DIGITAL SHIFT, 2012).

Segundo Buczynski (2008), o telefone celular como dispositivo de comunicação supera todos os outros dispositivos de uma maneira: a portabilidade. Assim, os telefones móveis não possuem limitação, o usuário carrega para onde se dirige. Com isso, as bibliotecas estão começando a quebrar as barreiras de acesso a este dispositivo em seu ambiente, procurando engajar seus usuários via telefones celulares de quatro maneiras: por meio de guias de áudio, serviço de referência via mensagem de texto, alerta via mensagem de texto e ferramentas de busca à coleção da biblioteca, todas elas formatadas para dispositivos móveis.

Essas barreiras de acesso que havia anteriormente aos dispositivos móveis em bibliotecas também estão sendo quebradas pela tecnologia móvel em virtude de os bibliotecários nesta situação

¹⁷⁹ THOMAS, Lisa C. Gone mobile? Mobile Libraries Survey 2010. 15 out. 2010. **Library Journal**. Disponível em:<http://www.libraryjournal.com/lj/ljinprintcurrentissue/886987-403/gone_mobile_mobile_libraries_survey.html.csp>. Acesso em: 08 fev. 2013.

poderem produzir novas metodologias de pesquisa para a forma como os estudantes buscam informação e como os professores criam conhecimento (HAHN, 2008).

Hahn (2008) conclui, ainda, que os dispositivos móveis são uma oportunidade para a elaboração de novos serviços para as bibliotecas, incluindo o engajamento social e também a instrução e aprendizagem de populações tradicionalmente carentes, que leva a novas eficiências nos serviços bibliotecários, possibilitando que mude o curso da dispersão desigual da informação e, talvez no futuro melhorar a inclusão digital.

Os *smartphones* podem ser ótimas ferramentas para ler *e-books*, postar em sítios web de redes sociais ou até conseguir se encontrar por meio de GPS em cidades desconhecidas. Apesar disso a experiência de navegação na web é algo frustrante para os usuários destes dispositivos.

Enis (2012) lembra que um sítio web não otimizado para dispositivos móveis carregará com texto minúsculo e *links* fora do lugar. Ao ampliar o texto para poder navegar melhor, isto resulta numa experiência onde os leitores são forçados a se deslocarem de um lado para o outro.

O resultado disso é que muitas bibliotecas devem considerar mais do que uma questão estética, pois há evidências de que, quanto menor o *tablet* ou telefone celular, menos as pessoas tendem a navegar na *web*. Segundo Wroblewski (2012), isto sugere que, como todo o conteúdo da tela é pequeno, isso leva a erros frequentes e cliques acidentais para ativar determinado conteúdo.

A criação de uma experiência em dispositivos móveis passa pelo desenvolvimento de uma estratégia para este ambiente. Com isso, Kroski (2008) observa que, ao considerar o tipo de presença móvel que irá ser criada pela biblioteca, além de considerar útil a criação de um perfil dos usuários que irá incorporar não somente a faixa etária e o comportamento de busca da informação, deve-se considerar também o tipo de telefone que será utilizado por eles.

Apesar do otimismo que cerca a adoção de dispositivos móveis pelos jovens da Geração Y, existem algumas preocupações neste sentido. Lippincott (2008) destaca que muitos professores e outras pessoas envolvidas no processo educativo expressam preocupações com estes jovens alunos que estão perdendo seu tempo com a tecnologia e que o seu uso pode até mesmo prejudicar a sua aprendizagem.

Sendo assim, antes de começar a mudança para a Web Móvel, Lippincott (2008) elaborou algumas questões que a biblioteca precisa examinar para se desenvolver melhor neste ambiente.

- Fazer o licenciamento dos produtos de informação para dispositivos móveis.
- Fazer a hospedagem ou indicar um conteúdo institucional destinado a dispositivos móveis, como por exemplo, os *podcasts*.
- Observar a preservação de novos tipos de conteúdo e formato.
- Fornecer instruções sobre os próprios dispositivos, não só o acesso aos conteúdos.
- Proporcionar espaço para novos equipamentos e estilos de trabalho.

Desta forma, Arroyo-Vázquez (2009) ressalta que se fala também de “Web Móvel 2.0” (JAOKAR; FISH, 2006), que é a materialização de um dos princípios da Web Social, descritos por O’Reilly (2005): o *software* (incluída qualquer aplicação web) não se limita a um só dispositivo.

Arroyo-Vázquez (2009) considera que a “Web Móvel 2.0” nada mais é do que a Web 2.0 em um contexto de mobilidade, que ajuda os dispositivos móveis não somente a buscar informação, mas, também, a interagir com outras pessoas em redes sociais ou agregar conteúdo em sítios web para compartilhar informação.

Considerando o ambiente de bibliotecas, alguns serviços podem ser dificultados com a utilização de telas de dispositivos móveis em tamanho reduzido. Para solucionar esta questão, algumas bibliotecas procuram desenvolver interfaces de catálogo OPAC ou comprar produtos específicos para o acesso via dispositivos móveis. Este tipo de catálogo OPAC móvel pode ser chamado de *mopac*, ou *mobile OPAC*, conforme nomeia Kroski (2008).

Aos *mopacs* somam-se outros serviços oferecidos por bibliotecas formatados para dispositivos móveis, como, por exemplo, *mobile databases* (bases de dados móveis), *mobile áudio tours* (guias de visitas a biblioteca em áudio para dispositivos móveis), *mobile library instruction* (guias de formação para o usuário de bibliotecas formatado para dispositivos móveis), *library sms notifications* (alerta de mensagem de texto enviado via telefone celular para notificação de serviços da biblioteca), entre outros (HERMAN, 2007; KROSKI, 2008; LINPPINCOT, 2008).

Neste sentido, Wisniewski (2011) ressalta que existem algumas opções de aplicação para as bibliotecas se tornarem móveis: a) por meio de aplicações nativas para os sistemas operacionais iOS da Apple ou Android da Google; b) por meio de aplicações desenvolvidas para o sítio web para dispositivos móveis; c) mediante aplicações híbridas que oferecem o *design* de aplicações nativas e o fácil desenvolvimento das aplicações para sítios *web*. Como exemplo, pode-se mencionar o aplicativo para dispositivos móveis acessarem bibliotecas, desenvolvido pela empresa norte-americana Boopsie¹⁸⁰ que em 2013 estava em mais de 2500 bibliotecas e contempla as funcionalidades presentes no quadro 20.

¹⁸⁰ Boopsie.com. 2013. Disponível em: < <http://www.boopsie.com/library/products/>>. Acesso em: 06 fev. 2013.

Quadro 20 – Funcionalidades do aplicativo da Boopsie para dispositivos móveis em bibliotecas

| <i>Funcionalidade</i> | <i>Descrição</i> |
|---|---|
| Busca no Catálogo OPAC | Fornece aos usuários acesso em tempo real a coleção de materiais presentes no catálogo |
| Integração com o Sistema de Gestão da Biblioteca por meio de conta própria do usuário | Dá ao usuário a possibilidade de gerenciar a própria conta, incluindo renovação e reservas. |
| Localizador de Biblioteca | Com a tecnologia de GPS dos dispositivos compartilha localização, hora de funcionamento e informações de contato. |
| Pergunte ao bibliotecário | Oferece ao usuário contato direto com o setor de referência da biblioteca via campo texto, <i>email</i> ou telefone. |
| Calendário e Eventos | Acesso de qualquer lugar ao calendário de eventos, reservas de sala de estudo, e laboratório de informática. |
| Conteúdo adicional | Conexão imediata com listas de leitura fornecida pela biblioteca, recursos adicionais para ajudar no dever de casa e outros tipos de conteúdo. |
| Integração com parceiros de negócio | Acesso a parceiros que incluem bases de dados, cursos de línguas, etc. |
| Integração com redes sociais | Atualizações da biblioteca por meio das redes Twitter, Facebook, Youtube, ou <i>blogs</i> possibilitando comentários, retweets, “curtir” um <i>post</i> pelo celular. |
| Bookcheck | Característica que permite realizar o autoempréstimo por meio de dispositivo móvel. |

Fonte: Boopsie.com (2013)¹⁸¹.

Outras funcionalidades adicionais ao aplicativo oferecido pela Boopsie para bibliotecas incluem acesso ao catálogo de *ebooks*, a verificação da disponibilidade de livro em livrarias ou bibliotecas, possibilidade de revisão ou comentários de livros que acrescentam o poder da inteligência coletiva presente na Web 2.0.

Síntese da seção

Ao observarmos o contexto da mobilidade proporcionada pela Web móvel 2.0 nesta seção, é possível indicar algumas questões otimistas e outras preocupantes na busca e no acesso à informação que os dispositivos móveis podem proporcionar aos usuários das bibliotecas universitárias. Além disso, pode-se destacar o aspecto da interação e a convergência proporcionada pelos dispositivos que podem ajudar a melhorar os serviços oferecidos pelas bibliotecas. Assim, ressaltam-se algumas contribuições dessa seção.

- A definição das características e funcionalidades presentes nos dispositivos móveis para o uso das bibliotecas.

- A importância na definição do tipo de dispositivo para o qual serão formatados os serviços oferecidos pela biblioteca para atender aos usuários cada vez mais hiperconectados.

- A contribuição da geolocalização para disseminar os serviços oferecidos pela biblioteca permitindo ao usuário compartilhar conhecimento sobre a biblioteca com a comunidade de usuários

¹⁸¹ Boopsie.com. Standard Package. 2013. Disponível em:<>. Acesso em: 06 fev. 2013.

e bibliotecários, proporcionando melhor avaliação e, conseqüentemente, trazendo a melhora nos serviços informacionais.

- A importância dos dispositivos móveis na entrega e acesso à informação pelos usuários de bibliotecas.

- A contribuição dos dispositivos móveis numa mudança paradigmática cercada pelo redesenho e redefinição dos seus espaços físicos e virtuais para propiciar maior interação com os usuários da Geração Y.

Neste sentido, para entender o contexto espanhol relacionado com as bibliotecas universitárias, o próximo capítulo relata o desenvolvimento delas, considerando o contexto de mudança histórico e aquele último que envolve a inclusão da Espanha no Espaço Europeu de Ensino Superior, que ocasionou o surgimento dos Centros de Recurso para Aprendizagem e a Investigação (do castelhano, *Centro del Recursos para la Aprendizaje y Investigación CRAI*).

3. CONTEXTO ESPANHOL DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA

Este capítulo refletiu a necessidade de se conhecer a realidade espanhola relacionada às bibliotecas universitárias e, ao mesmo tempo, privilegiar aspectos de análise que envolvesse as bibliotecas pesquisadas para saber se elas obedeciam ao padrão de excelência que a Declaração de Bolonha estabeleceu para as universidades europeias.

Assim, o capítulo foi organizado para se ter noção dos antecedentes históricos das bibliotecas universitárias espanholas, desde a criação de suas universidades até o estabelecimento das bibliotecas universitárias com um modelo mais contemporâneo, como também aspectos que envolvessem a criação de consórcios de cooperação bibliotecária, sendo a rede REBIUN a sua principal personagem. Ainda na estrutura deste capítulo, foram inseridos alguns conceitos e modelos relacionados à biblioteca universitária como espaço de aprendizagem e pesquisa, para, em seguida, destacar o modelo-padrão levado em consideração pelas bibliotecas universitárias espanholas, conhecido como Centro de Recursos para a Aprendizagem e a Investigação (CRAI).

Desta maneira, o capítulo exprime os conceitos relacionados com o CRAI, destacando a missão, os objetivos, os serviços, ressaltando algumas diferenças observadas entre este modelo e o presente no Brasil.

Por último, este segmento destaca uma perspectiva das bibliotecas universitárias na Espanha, ressaltando o momento atual do contexto econômico, com cortes nos investimentos, paralisação de projetos e a remodelagem dos espaços de trabalho.

Com efeito, o capítulo procura contextualizar a biblioteca universitária espanhola para poder fazer uma análise mais precisa do objetivo geral desta tese, que é analisar o processo de adoção das redes sociais nessas bibliotecas, procurando avaliar qual o perfil que a biblioteca universitária deve ter para usufruir de uma interação dos bibliotecários com as ferramentas 2.0. Para isso, foram utilizados como fontes de consulta os periódicos da área de Ciência da Informação, de Portugal, do Brasil e da Espanha, assim também, como teses de doutorado brasileiras e espanholas de 2012 que se reportam o modelo CRAI.

3.1 Antecedentes históricos

As primeiras universidades surgiram na Itália, com a Escola de Medicina de Salerno, e a Escola de Direito, em Bolonha. Todas elas tinham caráter religioso, como foi o caso da Universidade de Paris, que Roberto de Sorbonne criou, em 1200.

O surgimento das universidades na Espanha remete à Idade Média, quando o Rei Alfonso X¹⁸², o “Sábio”, determinou entre as leis que estabeleciam o papel da universidade na sociedade, que esta deveria, por obrigatoriedade, suprir os estudantes com bons livros.

Na Espanha, as primeiras universidades apareceram no ano de 1212, em Palencia, fundada pelo bispo Tello de Meneses, embora esta tivesse curta duração já que em suas proximidades havia a Universidade de Salamanca, criada no ano de 1215, e a de Valladolid, instituída em 1560. Os fundos bibliográficos foram aumentando a partir do século XVII, por meio da incorporação das bibliotecas dos colégios e, principalmente, dos acervos dos conventos suprimidos no século XIX.

Durante o apogeu cultural e econômico espanhol conhecido como “Século de Ouro”, que compreende o século XVI e o XVII, os reis católicos Fernando II de Aragão e Isabel de Castela unificaram os reinos ibéricos em 1479. A partir daí, a Espanha alcançou prestígio internacional e influência cultural em toda a Europa, que culminou com a tomada de Granada e o desenvolvimento de grandes conquistas, quando, em 1492, o navegador Cristovão Colombo chegou à América.

No sentido de acompanhar esta evolução, as Universidades de Salamanca e de Alcalá de Henares, passaram a ter prestígio internacional, e assim beneficiaram-se de ricas bibliotecas universitárias, e de normas detalhadas sobre o seu uso. Esta última universidade iria se desvincular e criar a Universidade Complutense de Madri, no ano de 1499, pelo Cardeal Cisneros.

A cidade de Sevilha que iria receber as riquezas das colônias da América, Madri sede da corte, e Toledo em Castilla La Mancha, onde foi criada a “Escola de Tradutores”, responsável por traduzir trabalhos acadêmicos e filosóficos originalmente produzidos em árabe e hebraico para o latim, também, criaram suas universidades. Da mesma forma, Valência e Zaragoza se tornaram importantes neste período, tendo criado suas respectivas universidades (FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ, 1990).

O sucesso das universidades estava no desejo de seus membros de se aprofundar nos problemas para alcançar melhor formação. Esta formação se refletiria no conteúdo das bibliotecas, cujos livros seriam a principal ferramenta de trabalho.

Após um período de decadência na Espanha, iniciado na metade do século XVII, ilustrado pela perda de independência e autonomia das universidades, o absentismo dos alunos e os métodos de estudos ultrapassados, o rei Carlos III levou adiante diversas reformas nos contextos educacional e universitário, que culminaram com a expulsão dos jesuítas que controlavam diversos centros docentes.

¹⁸² Alfonso X, o Sábio ou o Astrólogo (Toledo, 23 de Novembro de 1221 — Sevilha, 4 de Abril de 1284), foi rei de Castela e Leão de 1252 a 1284. Alfonso X fomentou a atividade cultural a diversos níveis. Realizou a primeira reforma ortográfica do castelhano, idioma que adotou como oficial em detrimento do latim. Sua estátua encontra-se na escadaria da entrada da Biblioteca Nacional da Espanha em Madri. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Afonso_X_de_Leão_e_Castela>. Acesso em: 02 mai. 2013.

Logo em seguida, com a Guerra da Independência, as “Cortes de Cadiz”¹⁸³ e a elaboração da Constituição de 1812, as universidades passaram por um processo de renovação quando, em 1857, as Cortes aprovaram a Lei de Instrução Pública em que estabelecia uma Universidade Central em Madri, e nove universidades nos distritos (Barcelona, Granada, Oviedo, Salamanca, Santiago de Compostela, Sevilha, Valência, Valladolid e Zaragoza).

Este sistema universitário pretendia criar um mapa acadêmico regido por critérios diferenciados ocasionados pelas peculiaridades históricas para superar as concepções pedagógicas arcaicas e difundir conhecimentos mais úteis para as novas elites (GARCIA-LÓPEZ; LÓPEZ-ÁLVAREZ, 2005).

A importância deste período se deve ao ano seguinte, 1858, quando foram instituídas a Junta Superior Diretiva de Arquivos e Bibliotecas do Reino e o Corpo Facultativo de Arquivistas e Bibliotecários por meio de um decreto real. Esses profissionais ficaram responsáveis por colocar em ordem o caos do tesouro bibliográfico procedente da desamortização¹⁸⁴ e, também, pela gestão das bibliotecas universitárias estabelecidas (FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ, 1990).

Em 1901, por meio de um decreto real, foram regulamentadas as bibliotecas públicas do Estado, incluindo as universitárias, em que se criava uma junta composta pelo Reitor, Diretor de Biblioteca e Decano da Faculdade, que ficariam responsáveis por decidir em matéria de aquisições, empréstimos, publicações de catálogos etc. (FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ, 1990).

Em janeiro de 1932, um decreto dedicado, exclusivamente, às bibliotecas universitárias estabelece que todos os acervos existentes na universidade seriam de propriedade do Estado. E, com isso, uma Junta do Governo, da qual dependia o Diretor da Biblioteca, iria decidir sobre sua utilização e o uso mais conveniente para fins científicos. Com a Guerra Civil Espanhola (1936-1939), porém muitas bibliotecas tiveram os seus acervos destruídos.

Já nos anos 60 do século passado, depois de uma lenta e profunda transformação social e econômica ocasionada pelo pós-guerra, o aumento no nível de vida e, conseqüentemente, o crescimento da população proporcionou um aumento no número de alunos que ingressaram nas universidades.

¹⁸³ As Cortes de Cádiz era o nome como era conhecida a assembleia política, da qual faziam parte representantes de diferentes facções ideológicas provenientes de todas as províncias espanholas, que se reuniram na cidade de Cádiz, na Andaluzia com a finalidade de estabelecer uma constituição e abolir a monarquia absoluta. (CORTES DE CÁDIZ, 2013). Disponível em: <[http://www.infopedia.pt/\\$cortes-de-cadiz](http://www.infopedia.pt/$cortes-de-cadiz)>. Acesso em: 3 mai. 2013.

¹⁸⁴ A desamortização na Espanha foi um longo processo histórico-econômico iniciado no final do século XVIII por Dom Manuel de Godoy (1798) e foi concluído já entrando o século XX (16 de Dezembro de 1924). Consistia em pôr no mercado, mediante leilão público, as terras e bens não produtivos em poder das chamadas “mãos-mortas”, quase sempre da Igreja Católica ou das ordens religiosas e territórios nobiliários que estavam sob a proteção especial do monarca, que os acumularam como habituais beneficiárias de doações e testamentos. (DESAMORTIZAÇÃO NA ESPANHA, 2013). Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Desamortiza%C3%A7%C3%A3o_na_Espanha>. Acesso em: 29 jul. 2013.

Assim, em 1970, a Lei Geral da Educação e Financiamento da Reforma Educativa considerou a modernização do ensino universitário, incluindo o estabelecimento da sua autonomia. As bibliotecas, contudo, ficaram esquecidas neste contexto. Isso fez com que houvesse o incremento de pessoal docente para atender aos diversos cursos criados, sem que houvesse a contratação e a qualificação de bibliotecários para atender a essa nova demanda (FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ, 1990).

No entorno das bibliotecas universitárias espanholas, não se pode falar de cooperação ou consórcios bibliotecários até os anos 1980. Até essa época, as bibliotecas universitárias eram centros totalmente isolados, com serviços cujo funcionamento e organização variavam de acordo com cada instituição e assim não apresentava uma mentalidade de cooperação entre essas bibliotecas. (PÉREZ-ARRANZ, 2008, p. 6).

Já no final do século passado, as bibliotecas universitárias espanholas passaram por uma revolução, motivadas pela introdução de novas matérias de estudo e sua orientação à pesquisa científica, refletindo na ampliação dos horários, na melhoria dos serviços e na inclusão das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC).

Desta forma, o avanço das bibliotecas universitárias (BU) estava condicionado pelo desenvolvimento da sociedade da informação em meio a uma economia globalizada, onde as TIC possuíam um papel determinante, como indicam González-Gutián e Molina-Piñeiro (2008).

Assim, começaram a discussão no final da década de 1980 para criar uma rede de bibliotecas universitárias na Espanha que fosse o pilar para as bibliotecas universitárias modernas e eficazes. Em 1988, foi constituída a *Red de Bibliotecas Universitarias* (REBIUN), que pretendia desenvolver as bibliotecas para servir de apoio às universidades a fim de alcançar uma educação superior de qualidade (UNIVERSIA, 2009). Esse novo modelo de biblioteca universitária é considerado um centro, com horário amplo de funcionamento, recursos disponíveis para todo tipo de aprendizagem, que requer uma aposta tecnológica em seus serviços, que foi denominado como Centro de Recursos para a Aprendizagem e a Investigação ou CRAI.

Ainda neste contexto de consórcios ou redes de bibliotecas, Pérez-Arranz (2008) observou que o Congresso da International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), celebrado no ano de 1993 em Barcelona, indicou em suas conclusões a necessidade de se criar um fórum para discussão que compreendesse as bibliotecas universitárias espanholas a fim de possibilitar refletir sobre a cooperação e a coordenação entre os centros universitários.

Desta maneira, tomando como ponto de partida a necessidade de automatizar os sistemas da gestão, as bibliotecas universitárias espanholas estabeleceram alianças dependendo dos seus interesses e objetivos. Assim, foram surgindo planos de cooperação entre as bibliotecas

universitárias de cada região e, conseqüentemente, foram criados vários consórcios de bibliotecas universitárias. A tabela 9 expressa os consórcios de bibliotecas universitárias criados na Espanha.

Tabela 9 – Lista de consórcios de bibliotecas universitárias espanholas

| Consórcio | | Ano de Criação | Qtd de Bibliotecas Membros |
|------------------------|--|----------------|----------------------------|
| CBUC ¹⁸⁵ | Consórcio de Bibliotecas Universitárias da Catalunha | 1996 | 20 ¹⁸⁶ |
| BUCLE ¹⁸⁷ | Consórcio de Bibliotecas de Castilla León | 1996 | 04 |
| MADROÑO ¹⁸⁸ | Madroño de Madrid | 1999 | 09 ¹⁸⁹ |
| CBUG ¹⁹⁰ | Consórcio de Bibliotecas Universitárias da Galicia | 2001 | 03 |
| CBUA ¹⁹¹ | Consórcio de Bibliotecas Universitárias da Andalucía | 2001 | 10 |

Fonte: Adaptado, pelo autor, de Pérez-Arranz (2008).

No contexto histórico educacional, em 1999, tendo a Europa como berço do modelo de universidade ocidental, e os europeus, ciosos da criação do processo de autonomia das universidades como instituição e da rica diversidade que as caracterizava entre os países do Velho Continente, os ministros da educação dos 29 países que, à época, pertenciam à União Europeia estabeleceram a “Declaração de Bolonha” que concretizava o “Espaço Europeu de Ensino Superior”, (EEES) que preconizava pela empregabilidade e a mobilidade dos cidadãos europeus e o aumento da competitividade internacional da educação superior europeia (GÓMEZ; LÓPEZ; ROVIRA, 2003; BIANCHETTI, 2010).

Esse espaço nasceu em 1998, mediante uma reunião em Paris para celebrar o aniversário da “Université de Sorbonne”, onde foi firmada a “Carta Magna das Universidades Europeias” pelos respectivos ministros da educação superior da França, Alemanha, Itália e Reino Unido.

Embora alguns criticassem o EEES como um processo permeado por “luzes e sombras”, formado por um discurso inovador, muitos reclamavam das regras vindas de cima para baixo sem que houvesse a participação dos professores neste processo (BIANCHETTI, 2010).

Assim, Ángel Marzal (2008) destaca que, em virtude da pressão para o calendário de implantação do EEES, que exigia um centro de recursos baseado no modelo dos *Learning Resources Centres* (LRC) britânicos, esse processo foi dirigido na Espanha pela REBIUN (*Red de*

¹⁸⁵ CBUC – Sítio Web – Disponível em:<<http://www.cbuc.cat/>>. Acesso em: 17 jul. 2013.

¹⁸⁶ O Consórcio CBUC da Catalunha têm entre seus membros o Museu Nacional de Arte da Catalunha, o Departamento de Cultura do Governo da Catalunha, o Sistema de Bibliotecas Públicas e as Bibliotecas de Universidades Públicas e Privadas desta região espanhola.

¹⁸⁷ BUCLE – Sítio Web - Disponível em:<<http://www.ubu.es/bucle/en>>. Acesso em: 17 jul. 2013.

¹⁸⁸ MADROÑO – Sítio Web - Disponível em:<<http://www.consorciomadrono.es/>>. Acesso em: 17 jul. 2013.

¹⁸⁹ O Consórcio Madroño tem entre seus membros associados a Biblioteca Nacional de España.

¹⁹⁰ CBUG ou BUGALICIA – Sítio Web - Disponível em:<<http://www.bugalicia.org/>>. Acesso em: 17 jul. 2013.

¹⁹¹ CBUA – Sítio Web - Disponível em:<<http://www.cbua.es/>>. Acesso em: 17 jul. 2013.

Bibliotecas Universitarias) que tinha representação na Conferência de Reitores das Universidades Espanholas (*Conferencia de Rectores de las Universidades de España – CRUE*). Desta forma, em 2003, a REBIUN aprovou o Planejamento Estratégico para o período de 2003-2006, cuja primeira linha estratégica consistia em “impulsionar a construção de um novo modelo de biblioteca universitária, concebida como parte ativa e essencial de um sistema de recursos para a aprendizagem e a investigação”, que foi logo depois discutido em Jornadas CRAI, nos anos seguintes (ÁNGEL-MARZAL, 2008, p. 86).

A estatística, proveniente de dados colhidos pela REBIUN em 2012, mostra pelo total de docentes (indicador Rebiun 1.2.), estudantes de graduação (indicador Rebiun 1.1.1.) e pós-graduação (indicador Rebiun 1.1.2.) que estão presentes nas 25 maiores universidades públicas espanholas a realidade nestas instituições, como pode ser observado na tabela 10. Para melhor visualizar a situação daquelas que participaram deste estudo, incluiu-se as últimas duas posições, a saber, 21º e 25º colocação no *ranking* geral.

Tabela 10 – *Ranking* de ensino das universidades públicas espanholas

| <i>Ranking</i> | SIGLA | Universidade | Estudantes Graduação Ind. Rebiun 1.1.1. | Estudantes de pósgrad. Ind. Rebiun 1.1.2. | Total de docentes Ind. Rebiun 1.2. |
|----------------|-------|------------------------|--|--|---------------------------------------|
| 1 | UCM | Univ. Complutense | 61.427 | 12.099 | 7.034 |
| 2 | EHU | País Vasco-EHU | 40.708 | 5.951 | 5.676 |
| 3 | UB | Barcelona | 46.920 | 20.330 | 5.306 |
| 4 | US | Sevilha | 58.112 | 4.872 | 4.476 |
| 5 | UZ | Zaragoza | 31.885 | 4.031 | 4.002 |
| 6 | UAB | Aut. Barcelona | 29.018 | 3.578 | 3.615 |
| 7 | UGR | Granada | 54.220 | 4.738 | 3.603 |
| 8 | UV | Valencia | 45.283 | 8.156 | 3.598 |
| 9 | UPM | Politecnica Madrid | 36.572 | 5.730 | 3.433 |
| 10 | UAM | Autônoma Madrid | 24.433 | 2.390 | 2.854 |
| 11 | UPV | Polit. Valencia | 31.610 | 1.692 | 2.719 |
| 12 | UPC | Polit. Catalunya | 29.407 | 5.413 | 2.634 |
| 13 | UA | Alicante | 27.576 | 2.998 | 2.624 |
| 14 | UM | Murcia | 30.991 | 4.135 | 2.398 |
| 15 | USAL | Salamanca | 27.755 | 2.352 | 2.263 |
| 16 | USC | Santiago de Compostela | 24.722 | 4.405 | 2.262 |
| 17 | UCLM | Castilla-La Mancha | 28.115 | 1.828 | 2.203 |
| 18 | UVA | Valladolid | 24.724 | 991 | 2.141 |
| 19 | UEX | Extremadura | 22.476 | 2.435 | 1.904 |
| 20 | UCA | Cádiz | 18.379 | 1.615 | 1.885 |
| 21 | UAH | Alcalá de Henares | 18.026 | 3.284 | 1.808 |
| 25 | UC3M | Carlos III | 15.006 | 2.198 | 1.607 |

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da REBIUN de 2012.

Neste cenário europeu de ensino superior, com o surgimento desse novo modelo de biblioteca universitária, o Centro de Recursos para a Aprendizagem e a Investigação (CRAI), é importante definir o que é considerado como biblioteca universitária.

3.2 Biblioteca universitária na Espanha - conceitos relacionados

Para poder relacionar os conceitos, em torno das bibliotecas universitárias no contexto espanhol, pesquisaram-se algumas definições sobre as bibliotecas universitárias. Cunha (2010) define as bibliotecas universitárias como “organizações complexas, com múltiplas funções e uma série de procedimentos, produtos e serviços que foram desenvolvidos ao longo de décadas onde o propósito fundamental é proporcionar acesso ao conhecimento”.

Em um sentido mais amplo, Lück *et al.* (2000) consideram que a biblioteca universitária é uma instância que possibilita a universidade atender às necessidades de um grupo social ou da sociedade em geral, por meio da administração do seu patrimônio informacional e do exercício de uma função educativa, ao orientar os usuários no emprego da informação.

Durante a década de 1990, nos Estados Unidos, emergiu no interior das bibliotecas universitárias um tipo de espaço de aprendizagem chamado *Information Commons* ou *Learning Commons*. Esses espaços propiciaram vários tipos de serviços, facilidades e recursos de aprendizagem para dar suporte aos estudantes em um só lugar (DONKAI; TOSHIMORI; MIZOUE, 2011).

Assim, Ángel Marzal (2008) ressalta que, nas origens do EEES, a transformação das bibliotecas universitárias espanholas tinha uma referência importante: o modelo dos *Learning Resources Centres* (LRC), característico das universidades dos EUA e do Reino Unido. O modelo universitário britânico, no âmbito da União Europeia, era bem distinto do padrão “continental europeu”, definido desde as reformas napoleônicas. Tanto o modelo britânico e naturalmente o norte-americano, no seu desenho e currículo acadêmicos, são modelos em que as bibliotecas tinham uma posição central dentro do processo educativo, fazendo com que, ao se iniciar o processo de desenvolvimento das bibliotecas digitais e híbridas, as bibliotecas deveriam adaptar seus serviços e gestão das coleções digitais aos novos entornos tecnológicos, sem pressionar de forma “revolucionária” sobre um modelo educativo que já privilegiava estas ações.

Com origem nessas definições do que é uma biblioteca universitária, e situando os modelos norte-americano e britânico como inovadores, Martínez (2004) destaca que um dos desafios atuais das universidades está no planejamento e gestão dos serviços universitários, oferecidos à comunidade, principalmente aqueles relacionados com a docência, pesquisa e formação continuada ao longo de toda a vida.

Com efeito, Cunha (2010), por meio de uma análise prospectiva, reforça a noção de que a biblioteca universitária se encontra numa encruzilhada, precisando dar atenção às questões relacionadas aos usuários, missão, acervo, produtos e serviços, inovações tecnológicas que afetam a unidade de informação e cooperação bibliotecária.

Domínguez Aroca (2005, p. 6) define um CRAI como um espaço físico e virtual, flexível, onde convergem e se integram infraestruturas tecnológicas, recursos humanos, espaços, equipamentos e serviços (proporcionados em qualquer momento e acessíveis de qualquer sítio web) orientados à aprendizagem do aluno e à pesquisa. A autora enfatiza a ideia de que, atualmente, todos estes já existem numa universidade, porém funcionam hoje de forma independente ou estão duplicados, fazendo com que seja necessário aperfeiçoá-los e integrá-los em um só espaço comum.

De acordo com documento da REBIUN (2005), um CRAI é um serviço universitário que tem como objetivo ajudar professores e estudantes para facilitar as atividades de aprendizagem, formação, gestão e resolução de problemas, sejam eles técnicos, metodológicos ou de conhecimento, observando o acesso e o uso da informação. Uma diferença importante entre um CRAI e uma biblioteca universitária é que, enquanto esta se concebe como um depósito, ou armazém de documentos à espera de serem consultados, aquele se adianta e gera as necessidades potenciais dos usuários em múltiplos planos e aspectos.

Mackee de Maurial (2005, p. 1) define também o CRAI como espaço físico onde interagem bibliotecários, informáticos, técnicos audiovisuais e assessores pedagógicos, para conduzir serviços de formação múltipla, desenvolver laboratórios de informática e idiomas, editar vídeos, criar “pacotes” estatísticos, gerir bases de dados e conteúdos, assim como elaborar guias e materiais didáticos. Os CRAI oferecem acesso presencial e à distância a fontes de informação, seja qual for o suporte, e facilitam a elaboração de trabalhos multimídia e a produção de diversos formatos digitais.

Apesar de o modelo do CRAI ser considerado inovador, Cunha (2010) destaca que a moderna biblioteca universitária também oferece aspectos inovadores utilizando a tecnologia da informação como suporte para atender as necessidades do usuário, ofertando livros eletrônicos e criando espaços flexíveis, adaptáveis, e produtos e serviços que forneçam informações de forma adequada para usuários, individualmente.

Embora o CRAI relatado neste capítulo seja de representação espanhola, Romero Ibañez (2012) observou o modelo espanhol de acordo com o estado da arte presente no Chile, Reino Unido, Austrália e Estados Unidos. A autora constatou que, em termos de convergência, apesar de no Reino Unido, em destaque as BU de Brighton¹⁹² e Plymouth¹⁹³, terem sido pioneiras na integração

¹⁹² Sítio Web da Biblioteca da Universidade de Brighton. Disponível em:<<http://library.brighton.ac.uk/pages/index.php>>. Acesso em 14 jun. 2013.

de serviços que as envolviam, os serviços multimídia e aqueles voltados para o desenvolvimento educacional, no início, estes excluíaam os serviços de tecnologia.

Esta convergência entre os serviços bibliotecários e de tecnologia da informação iniciou-se na década de 1980, no Reino Unido, onde o pioneirismo coube ao St Andrew's College of Education of Glasgow, na Escócia (ROMERO IBAÑEZ, 2012).

Já nos Estados Unidos o pioneirismo coube a Biblioteca Universitária de Michigan, que ampliou este conceito ao incluir a participação ativa de outras unidades do *campus* e o melhor uso da tecnologia (ROMERO IBAÑEZ, 2012). Isto dava a oportunidade aos estudantes de exercerem um aprendizado ativo com o bom uso dos recursos disponíveis, que ficaram conhecidos na época como centros de informação.

Emergem neste contexto alguns conceitos de ensino para caracterizar o emprego de conteúdos digitais educativos, baseados na reutilização, interatividade, virtualidade e dinâmica com que estes são atualizados pelos usuários, fazendo com que objetos digitais se insiram numa aprendizagem colaborativa. Ángel Marzal (2008) destaca que esta aprendizagem colaborativa tem como principais elementos a interdependência dos estudantes, de modo que cada um depende do outro e onde o professor atua como facilitador do processo educativo, resultando em métodos baseados na experimentação, busca e avaliação da informação, com a discussão e resolução de problemas em grupo. Situa-se neste fenômeno a adoção das ferramentas da Web 2.0 pelas BU no sentido de fomentar a colaboração e o intercâmbio de informações entre usuários e bibliotecários.

Efetivamente, partindo da necessidade de que qualquer organização deve se manter em contato com o seu público interno, emitindo e recebendo mensagens de maneira planejada com o objetivo de estabelecer uma estratégia de comunicação institucional, Paniagua-Rojano, Gómez-Calderón e Fernández-Sande (2012) realizaram um estudo para conhecer o grau de adaptação dos departamentos de comunicação das universidades espanholas ao entorno Web 2.0, para comprovar se estas ferramentas atendiam de forma homogênea aos públicos internos e externos. Os resultados do estudo revelaram uma progressiva implantação de recursos interativos entre os gabinetes universitários, ainda que sejam maioria os que se limitam a transferir sem modificações aquele conteúdo produzido de forma tradicional. O estudo revelou que, no período de 20 a 26 de julho de 2012, apenas 17 das 78 universidades espanholas analisadas dispunham de um “espaço 2.0” onde a troca de informações se produzia de maneira bidirecional.

Mais recentemente, Martínez Gallardo (2013) realizou um levantamento sobre a situação do uso das redes sociais pelas universidades espanholas, em 2013. O estudo mostra que a equipe responsável pela atualização destas ferramentas é ainda muito variada, em alguns casos são os

serviços de informática e, em outros, os serviços de comunicação, o que para ele é o mais correto. O estudo avaliou, durante o período de 7 a 9 de setembro de 2013, as ferramentas 2.0, Flickr, Tuenti, LinkedIn, Google+, Youtube, Facebook e Twitter. Ao observar as universidades públicas e privadas que se destacaram em número de fãs (*fans*, em inglês), no Facebook foram levantadas pelo autor as 25 maiores, que estão relacionadas na tabela 11.

Tabela 11 – *Ranking* das universidades espanholas por número de fãs no Facebook

| <i>Ranking</i> | Universidade | Tipo PUB/PRI | Quantidade de Fãs |
|----------------|---|--------------|-------------------|
| 1º | UNED | PUB | 52.137 |
| 2º | Europea de Madrid | PRI | 32.779 |
| 3º | Autónoma de Madrid | PUB | 31.611 |
| 4º | Salamanca | PUB | 30.030 |
| 5º | Barcelona | PUB | 28.707 |
| 6º | Valencia | PUB | 24.741 |
| 7º | Granada | PUB | 24.622 |
| 8º | Sevilla | PUB | 21.765 |
| 9º | Politécnica de Valencia | PUB | 20.766 |
| 10º | Alcalá | PUB | 19.267 |
| 11º | Oberta de Catalunya | PRI | 18.383 |
| 12º | Carlos III | PUB | 17.225 |
| 13º | Pompeu Fabra | PUB | 16.345 |
| 14º | Autónoma de Barcelona | PUB | 15.247 |
| 15º | La Laguna | PUB | 15.021 |
| 16º | Complutense de Madrid | PUB | 13.731 |
| 17º | Rey Juan Carlos | PUB | 12.775 |
| 18º | Navarra | PUB | 12.321 |
| 19º | Málaga | PUB | 10.814 |
| 20º | Murcia | PUB | 9.781 |
| 21º | Almería | PUB | 9.017 |
| 22º | Alicante | PUB | 8.654 |
| 23º | León | PUB | 8.611 |
| 24º | Girona | PUB | 8.472 |
| 25º | Católica de Valencia San Vicente Mártir | PRI | 8.448 |

Fonte: MARTÍNEZ GALLARDO (2013) tabela adaptada pelo autor.

Martínez Gallardo (2013) conclui que 80% das universidades espanholas contavam com uma página oficial no Facebook vinculada com o seu portal web. Em termos de interações nas redes sociais, o autor destacou ser a UNED a que conta com maior interatividade dos seus *fans* no Facebook com cerca de 200 interações por publicação. Em relação ao *microblog* Twitter, um total de 61 das 75 universidades (81,3%) possuem uma conta oficial nesta ferramenta, fazendo desta a rede social mais popular entre as instituições acadêmicas espanholas.

Ainda no contexto do uso das redes sociais em bibliotecas universitárias espanholas, Gómez- Aguilar, Roses e Farias-Batlle (2012) realizaram um estudo com 938 estudantes da Universidade de Málaga e dois grupos de discussão na internet. Nesse estudo, os autores discutem

quais são as redes sociais mais adequadas para o uso acadêmico, que tipo de atividades pode ter melhor aceitação entre os estudantes e que ferramentas das redes sociais poderiam ser mais úteis para propósitos acadêmicos. Os resultados do ensaio indicaram que o emprego das redes sociais pela população estudada era muito alto e estes exprimiam uma atitude favorável a que os docentes utilizassem as redes como recurso educativo, embora o aspecto do uso para o entretenimento ainda fosse considerado o principal. Vale ainda ressaltar que as atividades acadêmicas dos estudantes, segundo os autores, se resumiam em tirar dúvidas com os seus pares ou saber algo sobre a realização de trabalhos das disciplinas.

Esta dinâmica da Web 2.0 oferece inúmeras oportunidades para a aprendizagem conforme indicam Serrat-Brustenga e Sunyer-Lázaro (2011), e nas bibliotecas os cursos que exigem habilidade informacional já incorporam *blogs* e redes sociais como, o Facebook, que é utilizado como ferramenta de portfólio eletrônico para que o aluno possa guardar, melhor e mostrar seu conhecimento sobre um tema concreto. Com isso, os autores completam, dizendo que a missão da universidade e de seus serviços estratégicos está em decurso de revisão para se adaptar às demandas que a Europa deve alcançar para dar o salto até uma sociedade baseada no conhecimento.

Assim, surge nesta situação o conceito de “letramento digital” ou “literacia digital” (do inglês, *digital literacy*) para desenvolver as práticas de leitura e escrita com o uso da Internet e, também, “metaletramento” (do inglês, *metaliteracy*), para produzir e compartilhar informação em um entorno digital colaborativo se utilizando das ferramentas da Web 2.0. Estes dois conceitos podem ajudar os usuários das bibliotecas universitárias a produzir conteúdo ativamente e compartilhá-lo por meio das redes sociais e comunidades *online*, desenvolvendo um pensamento crítico e colaborativo nas atividades de formação educacional (GONZÁLEZ-FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, 2011; SILVA, S. 2012; MACKAY, JACOBSON, 2012).

Na Espanha, surgiu em anos recentes um projeto, por meio da CRUE, chamado de *Competencias Informáticas e Informacionales (CI2)*, que tem como objetivo a incorporação destas competências nas universidades espanholas para fazer frente aos novos planos de estudo de graduação (projetos políticos-pedagógicos dos cursos) baseados no modelo do EEES. Neste contexto, um grupo de trabalho da CRUE formado pela REBIUN e também por uma comissão chamada *Comisión Sectorial de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (CRUE-TIC)* elaborou em 2009 um documento intitulado *Competencias informáticas e informacionales em los estudios de grado*¹⁹⁴, que foi atualizado em junho de 2012¹⁹⁵. A proposta do grupo de trabalho com este documento era a de garantir que os estudantes alcançassem as competências descritas no

¹⁹⁴ *Competencias informáticas e informacionales em los estudios de grado* – Abril de 2009. Disponível em: <http://biblioteca.uv.es/castellano/servicios/formacion_usuario/CI2.pdf>. Acesso em: 16 set. 2013.

¹⁹⁵ *Competencias informáticas e informacionales em los estudios de grado* – Junho de 2012. Disponível em: <http://ci2.es/sites/default/files/documentacion/ci2_estudios_grado.pdf>. Acesso em: 16 set. 2013.

programa, estabelecendo objetivos de aprendizagem adequados a cada nível, integrando os conceitos de CI2 dentro do plano de estudos.

O referido manual entende “competências informáticas” como: “[...] o conjunto de conhecimentos, habilidades, atitudes e condutas que capacitam os indivíduos para saber como funcionam as TIC, para que servem e como podem ser utilizadas para conseguir objetivos específicos”; com isso, os estudantes teriam capacidade de se tornarem autônomos e competentes para gerir a informação e poder se desenvolver pela rede. Assim, poderiam identificar e entender os componentes de um computador e seus periféricos, instalar e configurar aplicações para utilizar no âmbito acadêmico e ter acesso à Internet para poder navegar e conhecer os riscos e benefícios envolvidos na rede (CRUE-TIC¹⁹⁶; REBIUN, 2012).

O manual também descreve as “competências informacionais” como: “[...] o conjunto de conhecimentos, habilidades, atitudes e condutas que capacitam os indivíduos para reconhecer quando necessitam informação, onde podem localizá-la, como avaliar sua idoneidade e dar-lhe o uso adequado de acordo com o estabelecimento do problema” (CRUE-TIC; REBIUN, 2012).

Assim, com o objetivo de incorporar a CI2 aos planos de estudo, o estudante iria, com a introdução das competências informacionais, desenvolver as seguintes habilidades: a) o estudante buscar a informação que necessita; b) analisar e selecionar a informação de maneira eficiente; c) organizar a informação adequadamente; e d) utilizar e comunicar a informação eficazmente de forma ética e também legal, com o fim de formular o conhecimento. (CRUE-TIC; REBIUN, 2012).

Para que essa integração da CI2 aconteça aos planos de estudo dos cursos, o manual recomenda que seja criada uma disciplina específica sobre estes conteúdos, e que seja obrigatória para todos os cursos, ou esses poderiam ser realizados por um organismo que pudesse creditar esta formação, caso em que surgiriam as BU que atuariam nesta formação dos estudantes por meio do novo modelo CRAI (CRUE-TIC; REBIUN, 2012).

Desta forma, este trabalho exprimirá agora, quais são a missão do CRAI e seus objetivos, para que seja possível compreender melhor o funcionamento dos seus serviços.

3.3 Missão e objetivos do CRAI

Ao observar como base a missão da educação superior, Mackee de Maurial (2005, p. 3) destaca que ela compreende a educação e a pesquisa a fim de fornecer um espaço aberto para a formação permanente. Assim, a REBIUN (2005, p. 59) ressalta que a missão do CRAI é “promover

¹⁹⁶ CRUE-TIC - Comisión sectorial de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas.

um modelo alternativo de aprendizagem baseado no trabalho individual e coletivo de alunos e professores, dentro de um contexto enriquecido de recursos materiais e humanos.”

Ángel Marzal (2008) frisa que o objetivo é evidenciar o fato de que, no modelo de transformação da biblioteca universitária ao CRAI, existem a preocupação pela integração dos serviços, a convergência de aspectos tecnológicos, a incorporação da Web 2.0 e o uso de novas categorias de objetos de aprendizagem e recursos web educativos, o que se reflete em um exemplo de missão de CRAI, a seguir:

Gerir os recursos de informação, facilitando o acesso a eles e conduzindo a sua difusão, assim como colaborar na gênese do conhecimento a fim de contribuir na consecução dos objetivos da Universidade e assegurar um serviço de qualidade à sociedade.” Tudo isso implica nas seguintes linhas de ação: “[...] Uma adaptação dos espaços às novas necessidades de aprendizagem e docência; numa gestão baseada na excelência e orientada a satisfazer as expectativas de nossos usuários; serviços inovadores orientados a novas demandas; uma equipe humana com papéis e responsabilidades de acordo com o modelo de biblioteca atual; e o estabelecimento de parcerias que nos ajudem a progredir na prestação de nossos serviços (BIBLIOTECA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA, 2011).

Desta forma, Domínguez Aroca (2005, p. 7) destaca que o CRAI possui os seguintes objetivos: a) conseguir produtos e serviços de qualidade para uma grande variedade de estudantes, professores e pesquisadores; b) formar grupos de profissionais capazes de ajudar os usuários a utilizar os recursos e serviços proporcionados; e c) oferecer um espaço dinâmico e flexível para a aprendizagem contínua ao longo da vida.

Mackee de Maurial (2005, p. 8) considera também como objetivo de um CRAI: 1) criar um espaço de convergência de serviços centrados nas necessidades da comunidade universitária; 2) melhorar a qualidade dos processos de aprendizagem, facilitando aos alunos a interação com documentos, pessoas e tecnologia; 3) tutelar o bom uso dos recursos informáticos e digitais; e 4) facilitar a produção de material didático e para pesquisa por parte dos membros da comunidade universitária.

Assim, no próximo seguimento revelam-se os serviços oferecidos pelo CRAI observando aspectos relacionados com aprendizagem, investigação e tecnologia.

3.4 Serviços do CRAI

Para ressaltar os serviços e recursos oferecidos pelo CRAI voltados para a aprendizagem e a pesquisa, Domínguez Aroca (2005) organizou-os em recursos e serviços para a aprendizagem e a

investigação voltados para bibliotecários, recursos e serviços informáticos, espaços para aprendizagem e o ensino, e recursos e serviços para a aprendizagem, conforme os quadros 21 e 22.

Quadro 21 – Recursos e serviços oferecidos pelo CRAI para aprendizagem e investigação

| Recursos e Serviços para a Aprendizagem e a Investigação voltados para Bibliotecários | Recursos e Serviços Informáticos |
|---|---|
| Informação eletrônica Informação documental Formação e Orientação Consulta em sala ou remota Obtenção de documentos | Biblioteca de programas informáticos <i>Design</i> Gráfico Suporte Editorial Unidade de Reproduções e Fotocópias Assessoramento Técnico, etc. |

Fonte: Domínguez Aroca (2005, p. 8).

Quadro 22 – Espaços e recursos e serviços oferecidos pelo CRAI para aprendizagem

| Espaços para Aprendizagem e o Ensino voltados para os alunos e docentes | Recursos e Serviços para a aprendizagem |
|--|--|
| Aulas de autoformação Aulas de aplicativos para automação de escritórios Salas de estudo em grupo Cabines de estudo individuais Aulas docentes | Produção de áudio e vídeo Produção multimídia, CD-ROM ou Web Unidade de Reproduções e Fotocópias Recursos e <i>design</i> educacional Apoio e Orientação |

Fonte: Domínguez Aroca (2005, p. 8).

Neste sentido, Martínez (2004) ressalta que as universidades mais inovadoras estão analisando as suas estruturas e serviços próprios e, com isso, estão desenvolvendo as seguintes linhas: a) avaliação rigorosa dos serviços universitários a partir de uma análise de custos e resultados; b) potencializar os serviços considerados chave que incidem diretamente na qualidade e prestígio do ensino e pesquisa e, também, na estratégia e visão de futuro; e c) integrar aqueles serviços que realizam tarefas diferentes, mas tem objetivos similares.

Assim, Martínez (2004, p. 100-103) destaca quais os serviços que podem ser inseridos no CRAI, no contexto universitário atual.

a) **Serviços de informação geral e boas-vindas da Universidade**

Orientados aos estudantes novatos, oferecem informações sobre a Universidade, o *campus* e os cursos que esta possui; ademais, fornece, também, por meio de respostas rápidas informação sobre matrículas e outros procedimentos acadêmicos, acerca de professores e pessoal administrativo, atos institucionais e novidades, como também, a respeito da cidade; estas informações estão disponíveis seja de forma presencial, ou por meio eletrônico, podendo, assim, ajudar a melhorar a imagem da universidade e solucionar as primeiras demandas.

b) **Serviços de biblioteca**

São os serviços comuns de uma biblioteca universitária tradicional (empréstimo, atenção e informação ao usuário, acesso aos catálogos, etc.) mais os específicos de um CRAI, incluindo serviços para o ensino e aprendizagem, voltados para o ambiente virtual das bibliotecas, estes

últimos dirigidos a todos os usuários virtuais, incluindo acesso a repositórios institucionais, biblioteca digital e toda a gama de serviços *online*.

c) Serviços de informática para os estudantes

A importância dos serviços de TIC no contexto dos CRAI é fundamental para o êxito deste modelo de biblioteca universitária. A presença destes serviços significa gerir a identificação e acesso de usuários, suporte a todas as estações de trabalho do CRAI, de programação, e inovação tecnológica, de segurança e manutenção, de suporte ao usuário virtual, de empréstimo de *notebooks*, entre outros; Com efeito, um curso de formação baseado no modelo CI2 desenvolvido pela biblioteca universitária poderia trabalhar a título de exemplo, com dez conteúdos voltados para as TIC junto aos usuários estudantes e docentes: 1) veículos de acesso, incluindo conceitos de acesso e uso de computadores, impressoras; 2) protocolos de acesso incluindo conceitos de acesso a rede wifi da universidade, conexões para dispositivos móveis 3G e redes Redes Privadas Virtuais¹⁹⁷ (em inglês, *Virtual Private Network* (VPN)); 3) identidade digital incluindo criação de usuário e senha, certificado digital, perfis de usuário na universidade, carteira de identidade eletrônica e segurança e privacidade das identidades digitais; 4) sistemas operacionais e *software* de automação de escritório; 5) internet e a web incluindo, a configuração e uso seguro dos navegadores e correio eletrônico; 6) portais web da universidade incluindo, o acesso e uso da intranet, ambiente virtual de aprendizagem (Moodle) e outras plataformas de ensino à distância (Opencourseware, canais audiovisuais, etc.); 7) processo de busca da informação com ênfase na identificação das necessidades de informação e as ferramentas disponíveis (catálogo OPAC, bases de dados, repositórios, guias temáticas, metabuscadores, internet e web social); 8) avaliação da informação observando critérios de autoria, fonte e atualização bem como aspectos críticos e reflexivos acerca desta informação; 9) organização e comunicação da informação incluindo, gestores de conteúdo (Wordpress, Drupal etc.), gestores de referências (Refworks, Mendeley, etc.), formatação de trabalhos acadêmicos (teses, dissertações, monografias), citações de referências, uso ético da informação e aspectos relativos à publicação de uma obra; e 10) ferramentas para manter-se atualizado e compartilhar informação, incluindo sistemas de alerta da base dados, fontes RSS, agregadores de conteúdo digital (Netvibes, My Yahoo etc.), *blogs*, *wikis*, marcadores sociais, Google Docs e Dropbox (CRUE-TIC; REBIUN, 2012).

d) Serviços de suporte para a formação do professor

Envolvem a formação dos docentes por meio de novas práticas pedagógicas, oferecendo diversos recursos tecnológicos, com a utilização de *hardware* e *software* que propiciem a educação continuada de professores, serviço de identificação e acesso à informação, suporte às estações de

¹⁹⁷ As Redes Privadas Virtuais asseguram as conexões além do perímetro da rede local, permitindo que redes locais se comuniquem com segurança através da internet (PINHEIRO, 2007).

trabalho do CRAI, com o intuito de tornar o docente o guia e assessor do projeto educativo do estudante.

e) Serviços de criação e elaboração de materiais multimídia para docentes

O CRAI atuará como laboratório inovador para a criação de materiais multimídia que permita ao aluno acessar novos conteúdos, *online*, e pelas plataformas educativas digitais. Este serviço oferece, também, um laboratório de autoaprendizagem com estações de trabalho, o uso das TIC e programas informáticos para a edição de materiais, serviço de assessoramento criativo, bem como no desenvolvimento de projetos docentes, além de serviço de criação de metadados.

f) Serviços de laboratório de idiomas

Para poder atingir os objetivos de construção do Espaço Europeu de Educação Superior, e o desenvolvimento das competências profissionais, o aprendizado de idiomas se torna fundamental. Efetivamente, são oferecidos aos estudantes cursos de inglês e outros idiomas, por meio de modalidade semipresencial, virtual e autônoma, com a ajuda de professor especializado em curso *online*, permitindo a autoaprendizagem, a conversação em grupo e serviço de consultoria e assessoria.

g) Serviços de busca ativa de emprego

Mediante este serviço, o usuário pode aprender técnicas de buscas de emprego, visando, com isso, a habilitar alunos em final de curso a elaborar um currículo, a realizar uma entrevista de trabalho. Propicia, também, serviços de orientação profissional, acesso a bases de dados de empresas e busca de emprego pela Internet.

h) Serviços de salas de estudo em grupo e reserva de salas

Visa a gerir o acesso a salas de estudos durante 24 horas, em épocas de provas e períodos extraordinários. Assim, o CRAI procurará oferecer um número de lugares que seja suficiente para que os alunos possam acessar, por meio do seu computador, a Internet para trabalhar durante várias horas;

i) Outros serviços

Serviço de publicação e edição da Universidade, acesso à consulta de todas as publicações editadas pela Universidade, seja em papel ou eletrônica, serviços de livraria e papelaria, de material informático, de salas equipadas com TIC com estações de trabalho para os cursos de doutorado, seminários e apresentações de trabalho em grupo. Além disso, desta categoria constam, também, o serviço adicional de reservas de salas de aula por semanas e meses, de salas de trabalho, reuniões, exposições, debates e apresentações, bem como o acesso a espaços destinados à socialização da vida universitária, da escola e da faculdade, o serviço de restauração e espaço disponível para descanso.

Desta forma, Castro Filho e Vergueiro (2011) observaram que havia convergências e divergências dos CRAI espanhóis com as bibliotecas universitárias brasileiras, representadas pelo Sistema Integrado de Bibliotecas da Universidade de São Paulo (SIBi). Os autores dividiram estas convergências e divergências em três aspectos de análise: a) quanto às tecnologias de informação e comunicação na educação; b) quanto às bibliotecas universitárias; c) quanto à introdução de um novo modelo de biblioteca universitária – padrão CRAI.

Assim, esses autores notaram que quanto ao aspecto que envolve o emprego das TIC na educação, nas bibliotecas universitárias brasileiras são, poucas as que oferecem produtos e serviços relacionados com o processo de ensino-aprendizagem, enquanto na Espanha cada vez mais estão alocando estes serviços em suas bibliotecas, um exemplo disso está na possibilidade de os CRAI criarem e elaborarem materiais didáticos para os docentes, algo que é muito raro nas bibliotecas brasileiras.

Quanto ao aspecto que envolve as bibliotecas universitárias como um todo, segundo Castro Filho e Vergueiro (2011), a Espanha possui como diferencial a constituição de uma grande rede de bibliotecas universitárias, a REBIUN, que permite elaborar um planejamento a curto e em longo prazo, definindo metas nas diversas áreas de atuação com objetivos e linhas estratégicas no aspecto biblioteconômico e direcionado ao ensino-aprendizagem, conforme pode ser observado no *III Plan Estratégico de REBIUN 2020*¹⁹⁸, situação esta que difere no Brasil, por ser um país de grande dimensão geográfica, com diversos tipos de bibliotecas universitárias federais, estaduais e privadas que, desta maneira, não estão agrupadas em órgão único o que dificulta o estabelecimento de um planejamento conjunto. Outra questão convergente e divergente que envolve as bibliotecas universitárias brasileiras e espanholas, como um todo, está relacionada na forma como estão organizadas, pois, enquanto o modelo brasileiro está relacionado à implantação de uma biblioteca virtual como é o caso da Biblioteca Virtual de Saúde, no modelo espanhol, está direcionado para um espaço comum de educação e pesquisa.

Por último, para a introdução de outro modelo de biblioteca universitária no padrão CRAI, Castro Filho e Vergueiro (2011) partiram de alguns pressupostos: a) este modelo é benéfico para os usuários que teriam todos os serviços integrados em um só local. Além disso, os professores teriam o auxílio da biblioteca para elaborar materiais didáticos e testar novos recursos educacionais que empreguem a tecnologia; b) mudança de visão da universidade para o emprego de novas metodologias de ensino e aprendizagem deveria incluir a biblioteca para dinamizar este processo; e c) centralização de produtos e serviços oferecidos pela biblioteca universitária é uma condição para

¹⁹⁸ Documento *III Plan Estratégico de REBIUN 2020*. Disponível em: <http://www.rebiun.org/opencms/opencms/handle404?exporturi=/export/docReb/PE_REBIUN_2020.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2013.

o aumento da eficiência institucional. Neste caso a mudança de paradigma envolve um novo estilo de gestão perante a comunidade acadêmica que reflete diretamente no ensino e aprendizagem.

3.5 Perspectiva das bibliotecas universitárias na Espanha

No contexto atual das bibliotecas universitárias, as mudanças no perfil dos bibliotecários e a intensa crise econômica vivida na Espanha têm reflexo no futuro das atividades das bibliotecas universitárias (VARELA-PRADO; BAIGET, 2012). Os autores destacam diversos fatores causadores desta mudança no perfil do bibliotecário que trabalha em universidades espanholas: a demanda constante dos usuários por Internet; a transição do suporte impresso para o digital; a crescente adoção da internet móvel pelos usuários destes espaços; as redes sociais e outras tecnologias. Todos eles obrigam a diversificar o seu trabalho em diversas facetas, tornando-se com isso um bibliotecário multifacetado.

Em rastreamento realizado no planejamento estratégico das bibliotecas universitárias espanholas, em agosto de 2008, R. Pacios (2011) determinou uma série de temas recorrentes ou comuns, todos eles observados em uma mesma linha presente no *II Plan Estratégico de Rebiun* (2007/2010) como na sequência.

- Colocar em funcionamento e desenvolver os CRAI, tendo em conta que assistiam naquele momento a mudanças no modelo docente ante a adaptação ao EEES que culminaria em 2010.

- Convergência dos serviços da biblioteca e TIC, dada a necessidade de desenhar modelos de cooperação de ambos os serviços para melhorar a promoção (as ferramentas da Web 2.0 entrariam oferecendo subsídios aqui), gestão e desenvolvimento da educação superior e a pesquisa universitária.

- Desenvolvimento de habilidades de informação (ALFIN) nos estudantes e pesquisadores, intensificadas pela complexidade da informação e do entorno eletrônico, sugerindo como ferramentas para a formação do usuário as plataformas da Web 2.0, *blogs*, *wikis*, redes sociais.

- Gestão dos repositórios institucionais como alternativa sólida para difundir o conhecimento produzido na universidade.

- Aumento da visibilidade da biblioteca - vide a seção sobre planejamento e avaliação das redes sociais neste trabalho - o indicador visibilidade proposto por González Fernández-Villavivencio *et al.* (2013).

Já no campo econômico, com esta política austera pela qual passa o Estado Espanhol, isso influencia no corte de investimentos na educação, sobretudo no apoio aos programas de pesquisa científica desenvolvida pela academia e, também, o crescimento e cooperação entre as universidades, fazendo com que as bibliotecas diminuam os investimentos em aquisição de livros e

manutenção da assinatura de bases de dados, bem como a atualização de programas de gestão do acervo.

Gómez Hernandez (2013) destaca que a “bolha cultural” espanhola influenciou diretamente o setor onde as bibliotecas são dos elementos mais fracos desta política de cortes nos investimentos públicos. Apesar disso, Reetu Child (2012) ressalta que, em tempos de recessão econômica, as pessoas no Reino Unido procuravam mais as bibliotecas para buscar oportunidade de empregos, se atualizarem e participarem de treinamentos oferecidos por elas. Neste sentido, Gómez Hernandez (2013) observou que as bibliotecas espanholas buscam promover o maior número possível de atividades culturais, e manter, mesmo em pequeno formato, seus principais programas, empenhando-se em melhorar sua utilidade social, buscando também maximizar a eficiência e economia nos processos.

Quanto ao aspecto do aproveitamento do uso das TIC e dos conteúdos digitais, Gómez Hernandez (2013) ressalta que as bibliotecas espanholas devem canalizar os esforços na produção de conteúdo digital de interesse para os usuários espanhóis que estão conectados por meio de dispositivos móveis, procurando adaptar as interfaces de acesso e busca à informação presentes na biblioteca, como também melhorar o seu ambiente físico, permitindo o carregamento destes dispositivos, o acesso gratuito à Internet por meio de redes sem fio e ainda disponibilizando móveis confortáveis que permitam a coesão social e comunitária.

Assim, Varela-Prado e Baiget (2012) observaram que esta realidade demonstra um grau de incerteza da comunidade de profissionais bibliotecários sobre a natureza do seu trabalho e a direção futura dos serviços bibliotecários e de informação. Essa crise de identidade faz com que o bibliotecário universitário espanhol assuma posição empreendedora, que ofereça serviços com maior visibilidade perante a comunidade. Isso pode ser reforçado por meio de Ross e Sennyey (2008), que reconheciam no ambiente competitivo pelo qual passam as BU, a necessidade de experimentar novos modelos de serviço, fluxo de trabalho e redesenho do espaço físico.

Do ponto de vista da biblioteca universitária e o CRAI na Espanha, Varela-Prado e Baiget (2012) ressaltam que a conjuntura atual mostra que os cortes de investimento na área repercutem na paralisação de projetos, na remodelação de espaços, na aquisição de recursos informacionais e nas condições de trabalho. Isso afeta na interlocução dos bibliotecários e pesquisadores que buscavam nas bibliotecas universitárias material de apoio para o desenvolvimento das suas investigações, onde isso passa a ser realizado, por meio de busca na Internet, muitas vezes, sem o apoio de um profissional bibliotecário, tendência esta vivenciada, também, pelos estudantes universitários, que passam a usar a biblioteca apenas como espaço de sala de estudo, obrigando os bibliotecários a reorganizar os espaços de leitura e a diminuir cada vez mais o acervo físico em detrimento do digital, mais solicitado pelos estudantes que utilizam o próprio computador portátil.

Neste sentido, para abordar estas questões estratégicas ante a crise de identidade pela qual passam as bibliotecas universitárias e os bibliotecários, Sennyey, Ross e Mills (2009) consideraram três significados relacionados com a palavra “biblioteca”: a) biblioteca como espaço; b) biblioteca relacionada com coleção de livros; c) biblioteca relacionada com o profissional bibliotecário. Com isso, as implicações decorrentes do planejamento observando estes três significados, mostram que os gestores devem se preocupar, primeiro: em aperfeiçoar o espaço físico como uma sala de estudo e centro de serviços ao estudante; segundo: focar na construção de uma coleção digital e permitir o acesso a mesma; terceiro: fazer o reposicionamento dos profissionais bibliotecários para o fornecimento de serviços dentro deste contexto digital que envolvem a requisição de um *know-how* tecnológico para fazer acesso, curadoria de conteúdo digital, manipulação e uso da informação digital.

Ainda sob a óptica prospectiva, estudo desenvolvido pelo Arts Council England (2013) procura compreender inovações e tendências relacionadas com o futuro das bibliotecas e como estas podem ser desenvolvidas. Além disso, o estudo aborda a opinião de especialistas de assuntos que envolvem as bibliotecas para discutir sobre o impacto destas mudanças, bem como a visão de usuários de bibliotecas. A conclusão do estudo destaca quatro prioridades para dar sustentação e desenvolver os serviços voltados para as bibliotecas no século XXI, que compreendem: 1) inserir a biblioteca como centro da comunidade; 2) fazer o máximo proveito das tecnologias digitais e das mídias criadoras de conhecimento (e aqui entrariam, entre outras ferramentas, as redes sociais); 3) assegurar que as bibliotecas são resistentes às mudanças e sustentáveis; 4) fornecer conhecimentos adequados com esta nova realidade aos profissionais que trabalham em bibliotecas. Assim, estas prioridades permitirão aos usuários de bibliotecas usufruírem dos espaços físicos e virtuais oferecidos por elas, para criar conteúdos, estabelecer conversações e usar das tecnologias em benefício próprio, para a sua comunidade ou ainda para o seu negócio.

Desta forma, as bibliotecas universitárias espanholas estão procurando direcionar os seus serviços para aproveitar o potencial das TIC, incorporando o uso das redes sociais para interagir com os usuários e adaptar-se a uma nova postura orientada na busca da qualidade e excelência internacional.

Síntese da seção

Ao observarmos os antecedentes históricos das bibliotecas universitárias na Espanha é possível destacar o isolamento que estas bibliotecas possuíam em relação às outras universidades onde a cooperação interbibliotecária não existia até início do anos 1980 (FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ, 1990; GARCIA-LÓPEZ; LÓPEZ-ÁLVAREZ, 2005; PÉREZ-ARRANZ, 2008, p.

6). A revolução ocorrida durante este período fez com que fosse criada a REBIUN para fazer frente ao novo modelo estabelecido pelo EEES, no qual a biblioteca seria um centro de aprendizagem com recursos tecnológicos disponíveis para apoiar o ensino e a investigação dos docentes e estudantes universitários. Este novo modelo, conhecido como Centro de Recursos para Aprendizagem e a Investigação – CRAI iria oferecer diversas inovações em seus serviços no ambiente físico e virtual.

Ainda neste contexto universitário, foi possível observar, ao longo deste capítulo, o emprego de conteúdos digitais nas atividades de formação dos usuários que permitiriam uma aprendizagem colaborativa, resultando na necessidade de as bibliotecas espanholas se adaptarem a esta realidade, empregando com isso ferramentas 2.0 para que a comunicação científica com os usuários fosse incrementada. Neste sentido, o projeto CI2 sugere a incorporação de competências informáticas e informacionais para atender ao modelo do EEES.

Por último, a recessão econômica espanhola fez com que as bibliotecas universitárias procurassem se reinventar, reposicionando os bibliotecários para atender às necessidades dos usuários no contexto digital.

Isto posto, pode-se destacar como contribuições deste capítulo sobre biblioteca universitária no contexto espanhol o que está seguinte.

- A definição da missão, objetivos e serviços oferecidos pelos CRAI. (DOMÍNGUEZ AROCA, 2005; MACKEE DE MAURIAL, 2005; ANGEL MARZAL, 2008).

- A contribuição do modelo CI2 para o desenvolvimento das competências informáticas e informacionais observando o uso das ferramentas 2.0 neste contexto. (CRUE-TIC; REBIUN, 2012).

- As convergências e divergências dos CRAI espanhóis e as bibliotecas universitárias brasileiras. (CASTRO FILHO; VERGUEIRO, 2011).

- Uma perspectiva das bibliotecas universitárias na Espanha destacando questões relacionadas com medidas para enfrentar a recessão econômica e dar sustentação para atender ao modelo EEES. (SENNYEY; ROSS; MILLS, 2009; R. PACIOS, 2011; REETU CHILD, 2012; VARELA-PRADO; BAIGET, 2012; GÓMEZ HERNANDEZ, 2013).

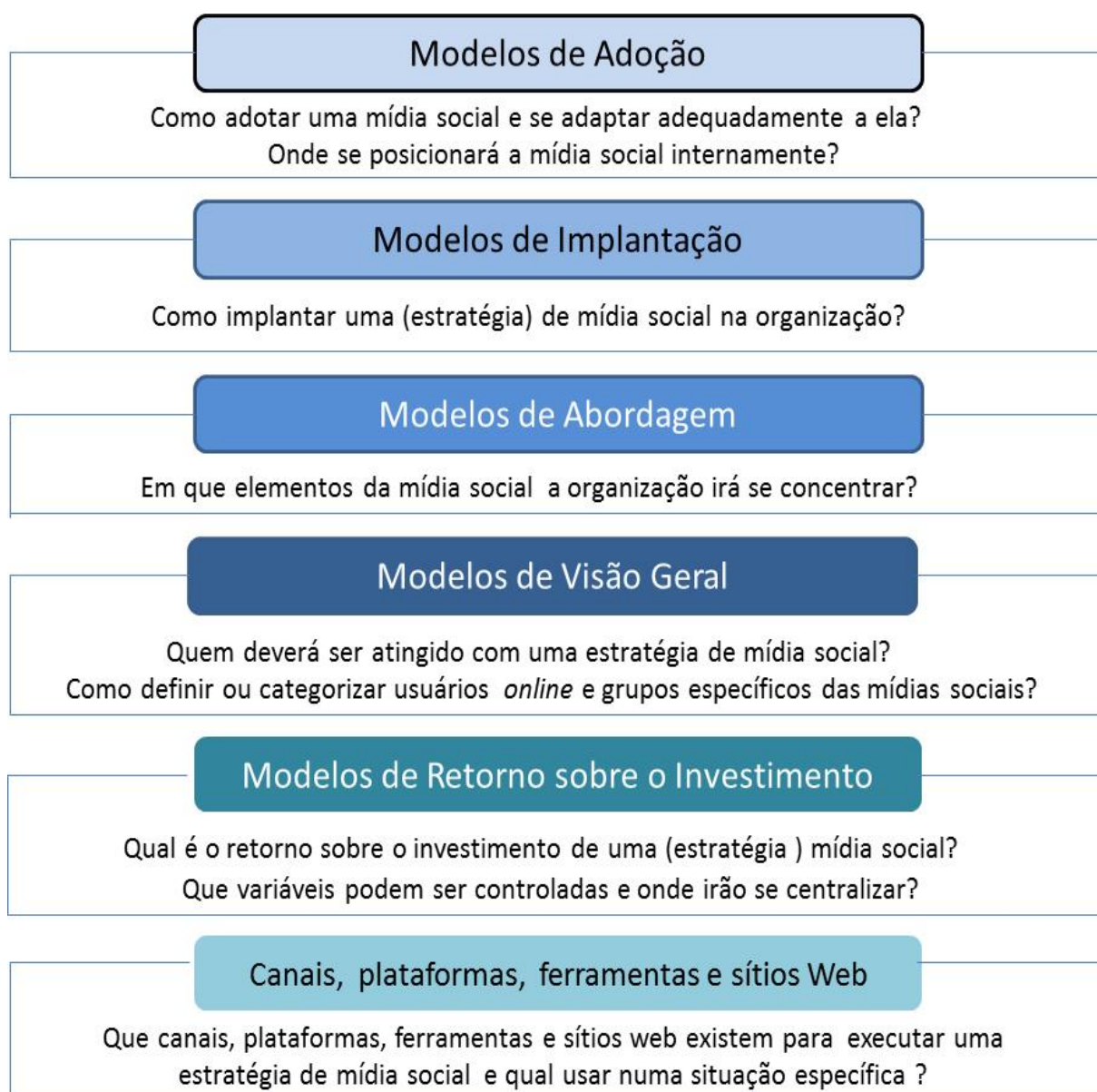
Dessa forma, para entender o contexto no qual está apoiado o referencial teórico-metodológico desta pesquisa, o próximo capítulo relata os modelos gerais de abordagem das redes sociais nas organizações, os modelos de biblioteca universitária 2.0, e o modelo de adoção das redes sociais em BU para descrever como se desenvolveu a metodologia da pesquisa.

4. CONTEXTO METODOLÓGICO

4.1 Modelos gerais de abordagem das redes sociais nas organizações

Existem diversos modelos que, de forma geral abordam a adoção, implantação e o retorno sobre o investimento nas redes sociais utilizadas nas organizações. Para todo efeito, estes modelos sugerem passos a seguir para se obter bons resultados, mas não há um modelo que seja perfeito ou que se tenha utilizado empiricamente em estudos científicos. A figura 26 destaca algumas questões que devemos ter em conta na hora de adotar cada um dos modelos.

Figura 26 – Modelos de uso e implantação das redes sociais

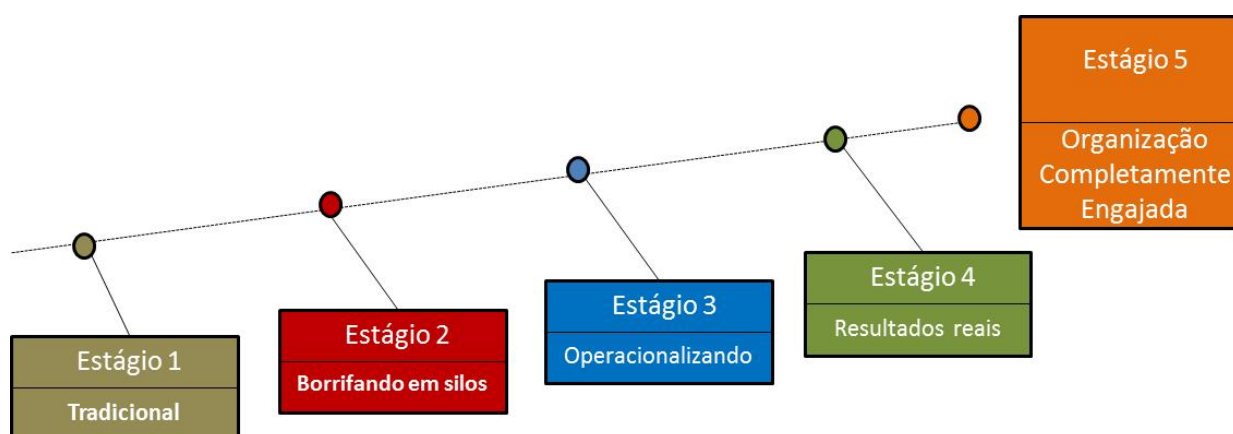


4.1.1 Modelos de adoção

4.1.1.A Jornada de participação nas redes sociais (*Social Engagement Journey*)

O modelo Jornada de participação nas redes sociais (*Social Engagement Journey*) foi desenvolvido pelos membros da empresa de consultoria Ant's Eye View, em 2010. Esta empresa posteriormente foi adquirida pela organização de consultoria norte-americana Pricewaterhouse Coopers. Ele centraliza-se nos passos a serem dados para que a organização atinja um quadro de organização totalmente conectada. Segundo Huba (2010) estes passos são parte de uma jornada que uma organização pode aprovar para alcançar esta conectividade completa. Na figura 27, podem-se observar os cinco estágios.

Figura 27 – Jornada de participação nas redes sociais



Fonte: Elaborada pelo autor

De acordo com Huba (2010) no estágio 1 – “**Tradicional**”, é onde se comandam e controlam as ações. Apenas uma via de comunicação com os clientes/usuários e várias unidades funcionais da organização operam relativamente independentes.

Consoante Huba (2010), o estágio 2 – “**Borrifando em silos**” em que usualmente envolve um ou dois indivíduos ou equipes que começam a experimentar o engajamento social. Estes indivíduos podem surgir de uma parte qualquer da organização, mas, frequentemente, são oriundos do Departamento de *Marketing* ou grupos de atendimento ao cliente. Há talvez muitas pessoas na organização com este perfil, mas nem todas estão conectadas. Equipes neste estágio dão ênfase direta ao engajamento com o cliente, muitas vezes quebrando ou contornando regras internas para fazer isto acontecer.

Para Huba (2010) o estágio 3 – “**Operacionalizando**” - acontece quando as organizações começam a levar a sério o aspecto social. Uma equipe formal deve ser constituída para operacionalizar o engajamento social, ou já existem comunidades internas que dirigem o processo. Neste estágio, as organizações dão ênfase ao treinamento, políticas de engajamento, quadros de medição e plataformas comuns de engajamento.

Huba (2010) destaca que o estágio 4 – “**Resultados reais**” – em ordinariamente se enunciam os resultados reais do negócio. O suporte da direção é amplo e os esforços de engajamento são constituídos por meio de previsões e planejamentos anuais. Escutar o cliente é a norma principal, e vários indivíduos na organização estão comprometidos no engajamento dos clientes. Muitas organizações sentem-se muito satisfeitas de alcançar este estágio, mas ainda há outro engajamento possível.

Por último, Huba (2010) observa que o estágio 5 – “**A organização completamente engajada**” - é provavelmente considerado o Nirvana para muitas organizações, porém muitas ferramentas para alcançar este estágio não existem. Nele, as organizações experimentam um avanço nos resultados do negócio com base no profundo engajamento com o cliente. Clientes dizem frases como “Você sabe o que necessito antes de eu precisar”, “minha vida é melhor por causa de você”, ou “eu confio em você”. Isto diz que há muito que fazer nos estágios 1-4.

4.1.1.B Modelo de maturidade das redes sociais (*Social Media Maturity Model*)

O modelo de maturidade das redes sociais foi criado em 2011, por Antoon van Luxemburg, da consultoria holandesa M&I Partners¹⁹⁹. Este modelo serve para indicar em que situação está uma organização de acordo com a utilização das redes sociais e aponta qual a “fase de maturidade” que a organização está experimentando. O modelo consiste em quatro etapas: *Ad hoc*, Experimental, Funcional e de Transformação. A figura 28 expressa as quatro etapas descritas logo em seguida.

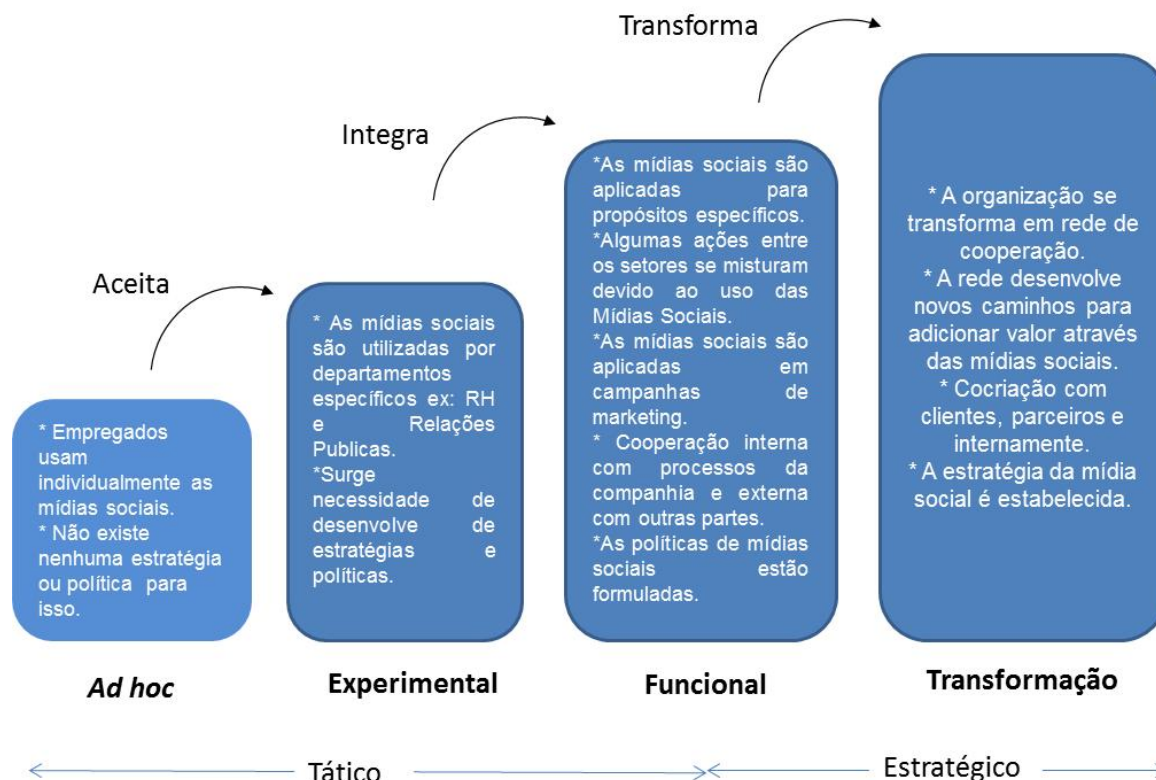
Na fase “*Ad hoc*”, é observado como o nível em que os funcionários estão realizando iniciativas de rede social por conta própria. Essas iniciativas são desestruturadas, e com um olhar mais organizacional, não são muito úteis no cumprimento de metas estratégicas. Por exemplo, os funcionários possuem contas no Twitter ou uma página no Facebook, porém as atividades individuais não contribuem para os objetivos organizacionais. Os funcionários usam as redes sociais para o seu bem e para os seus objetivos e interesses, embora os proveitos da organização muitas vezes se sobreponham.

Na fase “**Experimental**”, a organização aceita o fenômeno da mídia social e assim começa a explorar as capacidades e oportunidades que a mídia social oferece. Neste caso, a organização começa a criar uma conta no Twitter, relacionar as iniciativas das redes sociais com o seu sítio web e colocar vídeos no Youtube. Estas iniciativas são experimentais e podem ensejar aprendizado e ainda ser avaliadas. Alguns departamentos, como o de Comunicação, Recursos Humanos ou

¹⁹⁹ Social Media Maturity Model, 27 jan 2011. Disponível em: <<http://www.socialmediamodel.nl/social-media-organisatie-adoptiemodelen/social-media-maturity-model/>>. Acesso em: 27 jan. 2013.

Desenvolvimento de Produtos, criam iniciativas independentes, porém há necessidade de política e estratégia para iniciativas mais específicas e o controle destas ações individuais. O retorno das respostas é desestruturado e depende da qualidade e iniciativa dos empregados. Vale ressaltar que algumas BU na Espanha encontram-se nesta fase “experimental” procurando se estruturar para chegar a fase “funcional” como é o caso do CRAI da Universitat de Barcelona.

Figura 28 – Modelo de maturidade das redes sociais



Fonte: M&I Partners (2011).

Na fase “**Funcional**” ocorre quando a mídia social é usada para servir aos propósitos da organização e é implementada como ferramenta valiosa para integrar fluxos de trabalho. As redes sociais são utilizadas para adicionar valor às campanhas de *marketing*. Os funcionários-chave, como o gerente de *Marketing*, são motivados a possuir a sua conta no Twitter ou a ter o próprio *blog*. Além dos canais de comunicação normais, a comunicação com clientes, fornecedores e parceiros é realizada pelas ferramentas 2.0. Isso ocasiona a abertura da organização e também aumenta a cooperação entre as partes, e, mais que isso, faz com que as fronteiras entre os departamentos sejam ampliadas. O resultado disto é que a organização propõe uma política e determina as melhores práticas para a utilização das plataformas de aplicativos da Web Social. A política é incorporada e talvez um Gerente de Rede Social seja nomeado. O recebimento e envio de reações às iniciativas são estruturados em uma equipe que cuidará das ações das redes sociais e do uso de ferramentas para o monitoramento destes espaços colaborativos.

Na fase de “**Transformação**”, ocorre uma ruptura das fronteiras que envolvem a organização e o mundo externo. Isto transforma a organização e os *stakeholders* em uma rede de colaboração que cria valor por meio do uso de ferramentas 2.0. Como consequência, as redes sociais são totalmente integradas à estratégia e aos processos organizacionais, permitindo que a organização assuma a liderança na exploração de oportunidades, por exemplo, em forma de co-criação de conteúdo. As redes sociais estão neste momento estrategicamente direcionadas para diferentes grupos de usuários e ferramentas são usadas para aproximar pessoas que podem ajudar a desenvolver iniciativas que criem valor para a organização.

4.1.1.C Modelo de Organização Social (*Social Organizing Model*)

O Modelo de Organização Social foi criado pela consultoria norte-americano Altimeter Group²⁰⁰, e expressa diferentes quadros estratégicos, em que as redes sociais podem ser incorporadas, perfazendo um total de cinco quadros: centralizado, distribuído, “*hub-and-spoke*” ou coordenado, múltiplos “*hub-and-spoke*” ou múltiplas coordenações, e holístico ou favo de mel.

No quadro “**Centralizado**”, segundo Owyang (2010a), a política elaborada para as redes sociais e a estratégia para trabalhar com elas derivam de uma só pessoa ou departamento. Muitas vezes, este é um departamento de alto nível na organização. Suas características, além das mencionadas acima, segundo Owyang (2010a), são a consistência e talvez não ser autêntico.

No quadro “**Distribuído**”, existe uma coordenação menor do que no caso centralizado. Como características a favor desta opção, inclui-se a possibilidade de dar garantia aos departamentos ou pessoas envolvidas, permitindo um crescimento orgânico, de forma experimental, porém não coordenado, mas que seja autêntico.

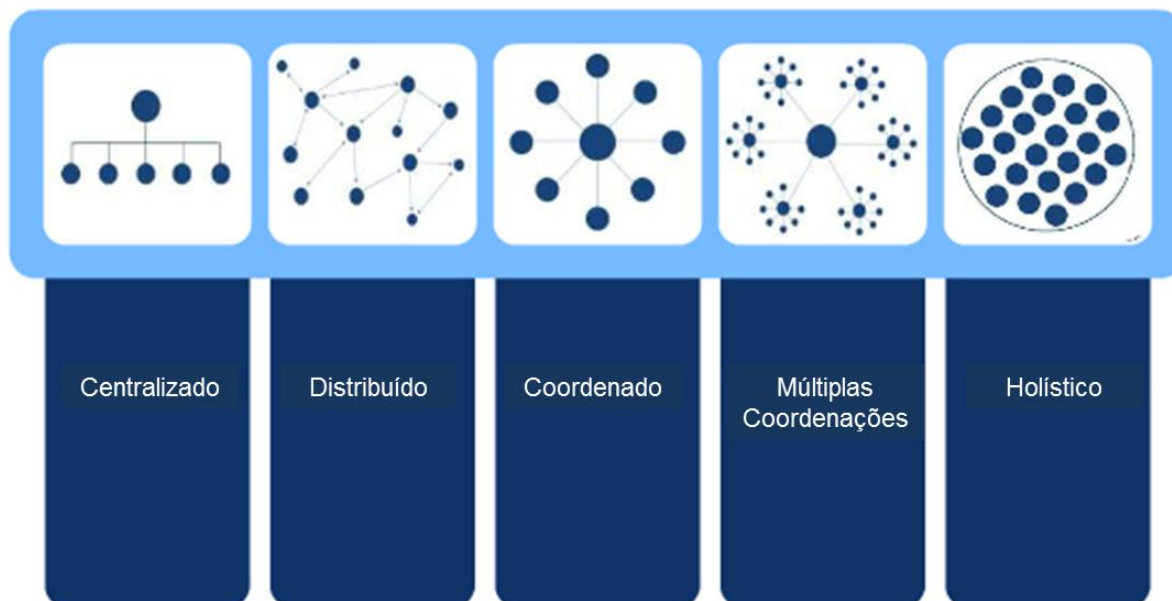
No quadro “**Coordenado**”, de acordo com Owyang (2010a), ocorre um equilíbrio entre os casos centralizados e distribuídos, vistos anteriormente, de forma que a visão tática vem do caso centralizado e a execução das atividades vem a ser praticado nas unidades descentralizadas. Neste caso existe certo tempo para fazer com que as políticas e procedimentos elaborados por um ponto central se espalhem por toda a organização.

No quadro com “**Múltiplas Coordenações**”, que exprime estrutura similar ao quadro anterior, as decisões cabem ao gerente responsável pelo produto/serviço, ou marca com que a organização trabalha. Assim, as regras e procedimentos para adoção das redes sociais surgem de vários pontos da organização que, por conta disso, levam tempo para se espalhar por todo o

²⁰⁰ <http://www.altimetergroup.com>

ambiente organizacional. A figura 29 contém estes e os demais quadros que representam o Modelo de Organização Social.

Figura 29 – Modelo de organização social



Fonte: Owyang (2010a).

No quadro “**Holístico**”, cada pessoa na organização tem liberdade de se engajar em iniciativas de redes sociais, mas, de forma holística, as ações individuais são coordenadas, assim como ocorre em uma colmeia. Em resumo, cada funcionário tem poderes, no entanto, age de forma organizada.

4.1.2 Modelos de abordagem das redes sociais

Os próximos modelos partem de uma discussão de como as organizações devem abordar o mercado *online*. Portanto, eles podem ser nomeados como “estratégias de abordagem”, o que leva a organização comumente a agir de forma passiva para, em seguida, agir com uma atitude mais ativa. Desta forma, surge o dilema: de que modo a organização deve abordar o mercado? Será aqui observada qual a visão que a organização deve ter para direcionar suas ações nas redes sociais.

4.1.2.A Modelo 24/7 das redes sociais (*Social Media 24/7 Model*)

O Modelo 24/7 das redes sociais foi elaborado pelo holandês Ingmar de Lange da consultoria Mountview, e Judith Hordjik e Wilco Kaasenbrood, da consultoria Hyves. Segundo De Lange (2011), este modelo se concentra no uso estrutural das redes sociais. Ele indica os recursos

que uma organização precisa para ter sucesso no ambiente de redes social. Desta forma, o modelo ajuda a organização a obter um foco interno sobre este assunto de maneira unificada.

O modelo consiste de dois eixos: um horizontal e um vertical; no eixo horizontal, de um lado, concentra-se mais nas comunicações (mensagens a serem publicadas) e de outro lado, no foco do ambiente de transações (vendas e distribuição); no eixo vertical, há uma distinção entre as ações voltadas à comunicação: experimentação, proposição e venda de produtos/serviços de acordo com a sua complexidade, ou seja, que requerem menor ou maior esforço.

De acordo com De Lange (2011), quando o aspecto envolve a “**Comunicação**”, muitas marcas usam as redes sociais apenas para se comunicar. Assim, as organizações, muitas vezes, não excedem além do “envio” de informação e menos ainda de entrar em conversas relevantes. O ato de enviar informação para algumas entidades, como organizações de notícias, organizações políticas e celebridades, pode funcionar bem. Neste caso, deve-se fazer uma distinção entre informar (enviar) e serviço (conversar).

No caso da “**Experiência**”, De Lange (2011) assinala que isto ocorre espontaneamente. Assim como, no caso anterior celebridades, marcas fortes como a Apple, e também organizações de notícias agem de forma educada para compartilhar a emoção por um lado e a experiência do usuário por outro lado. A figura 30 representa estes dois eixos e descreve alguns aspectos inerentes a cada um deles.

Figura 30 – Modelo 24/7 das redes sociais



Fonte: De Lange (2011).

No caso, quando ocorre a “**Proposição**”, De Lange (2011) destaca que para ir da percepção à proposição, há um grande passo a ser dado. Assim, para se formular uma proposta que seja relevante na estratégia da mídia social, é importante entender as preferências do seu público *online*.

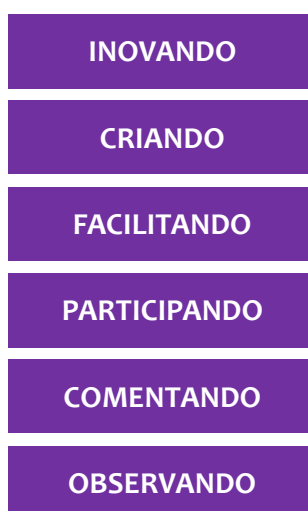
Ainda é necessário proporcionar uma experiência, a fim de encontrar pessoas que se envolvam com a marca. A cocriação é a primeira prioridade nesta fase do modelo. Neste sentido, é feita uma distinção entre as fases de desenvolvimento (melhorias incrementais por meio de cocriação) e extensão (mudanças radicais por meio da cocriação).

Por último, para De Lange (2011), na etapa “**Vendas**” por meio das redes sociais, isto pode ser algo muito acessível e não necessariamente ocorrer em um ambiente comercial. Para esta fase, no entanto, os passos anteriores são necessários para se chegar a um processo de distribuição. A distinção é feita entre as áreas de promoção (ocasionais atividades promocionais) e distribuição (implantação das redes sociais como um canal extra de distribuição).

4.1.2.B Modelo das formas de engajamento das redes sociais (*Social Media Ambition Model*)

O Modelo das formas de engajamento das redes sociais (*Social Media Ambition Model*) foi elaborado por Verdoold e Frijlink (2009) da consultoria holandesa de estratégia para Internet, e é uma representação simplificada de variadas formas de engajamento que uma organização pode realizar para se aproximar de seus clientes, do mercado ou de outras audiências *online*. O modelo consiste em seis níveis, que, como o modelo da pirâmide das redes sociais de Li (2010), pode ser alcançado somente se o nível anterior é executado. A figura 31 representa os níveis “Inovando”, “Criando”, “Facilitando”, “Participando”, “Comentando”, “Observando”, que compõem este modelo.

Figura 31 – Modelo das formas de engajamento das redes sociais



Fonte: Verdoold e Frijlink (2009).

Na etapa nomeada “**Observando**”, Verdoold e Frijlink (2009) destacam que a observação é bastante simples e barata, assim confere-se o que os usuários do Twitter têm a dizer sobre o produto, serviço, marca ou organização com os quais estão envolvidos. Verdoold e Frijlink (2009)

ressaltam que é importante observar o panorama atual, mas também olhar as mensagens individuais sobre cada assunto.

Na etapa seguinte “**Comentando**”, Verdoold e Frijlink (2009) observam que a transição da etapa anterior para esta é realizada naturalmente. Isto decorre da rapidez com que os *blogs* e o Twitter se atualizam rapidamente, fazendo com que haja uma resposta rápida. Este fato não deve ser uma atitude somente em função de uma publicidade negativa, mas há de ser feito também em forma de mensagens de agradecimento ou louvor para tornar a conversa agradável e, assim, atualizar a sua imagem nas redes sociais.

Com relação à etapa seguinte “**Participando**”, Verdoold e Frijlink (2009) reforçam a importância de se juntar ao diálogo *online*, participar de um debate na rede social LinkedIn, aceitar amigos na rede social Facebook e ficar informado de *blogs* que são de interesse para sua marca, organização, produto ou serviço.

Na etapa denominada “**Facilitando**”, Verdoold e Frijlink (2009) indicam que é semelhante à etapa “Participando”, porém, nesta é preciso iniciar a discussão com os usuários, postar à frente dos outros que discutem determinado assunto, adicionar amigos para as suas páginas, ou ainda começar um *post* ou criar um *blog*.

Na etapa denominada “**Criando**”, os autores observam que é preciso desenvolver o próprio fórum, página do Facebook ou sítio web da comunidade. Assim, a pessoa traz o usuário/cliente para dentro do próprio ambiente. É uma maneira difícil de percorrer especialmente quando a mídia social existente já está discutindo algo sobre a sua marca ou produto.

A etapa “**Inovando**”, segundo Verdoold e Frijlink (2009), está mais relacionada ao desenvolvimento de um sítio web próprio, ou um *software* aplicativo que esteja relacionado com o seu produto ou marca.

4.1.2.C Modelo da pirâmide das redes sociais (*Social Media Pyramid*)

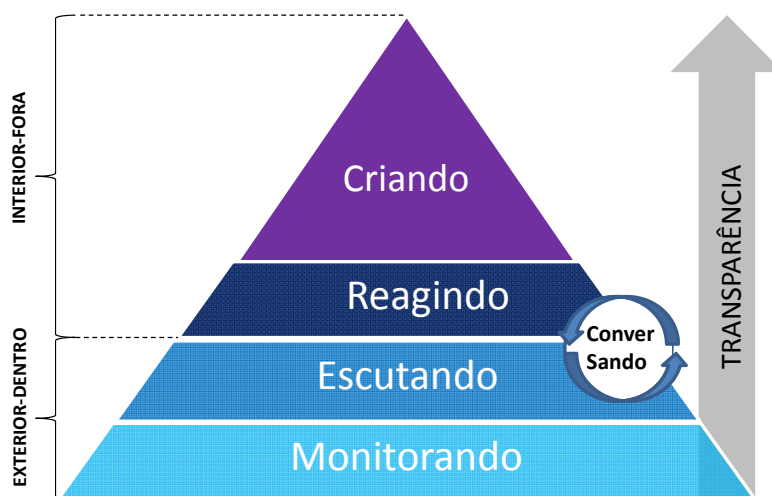
Diferente do Modelo de Li (2010), relacionado aqui nesta tese na parte relativa à criação de conteúdo pelo usuário e a inovação em bibliotecas, o modelo da pirâmide das redes sociais foi criado por Bart Van der Kooi, da consultoria holandesa Social Media Modellen em 2010.

Este modelo, segundo Van der Kooi (2010), pode ser usado para definir o seu foco na área de mídia social. Para ele, ao aplicar a mídia social em sua organização, deve-se começar pelo monitoramento, definindo a sua imagem *online*. Van der Kooi (2010) reforça a noção de que devem ser respondidas algumas perguntas como, por exemplo: o que tem sido escrito sobre a minha organização, marca, produto ou serviço? Ou não existe nada falando sobre ela? A organização está ciente do que está acontecendo? Quando é algo sobre a organização, prepare-se para ouvir o que os

usuários dizem. Ouvir é mais do que apenas monitorar a sua reputação *online*, é sobre a preparação para entrar em ação. Responder é uma ação importante; responder ou comentar nas redes sociais assume várias formas e proporção.

De acordo com Van der Kooi (2010), é importante que o mundo exterior à organização saiba que ela existe, e que leva as questões/ reclamações/ discussões de forma séria. Frequentemente, isso requer uma resposta, embora uma boa escolha seja não responder. Ele ressalta ainda que é importante ter recursos para lidar com todas as questões que serão expressas. A figura 32 reflete o modelo da pirâmide das redes sociais de Van der Kooi (2010).

Figura 32 – Modelo da pirâmide das redes sociais



Fonte: Van der Kooi (2010).

Monitorando: segundo Van der Kooi (2010), monitorar a conversa *online* é facilmente acessível, simples e barato. Para monitorar as redes sociais, a organização não corre o risco de gerar uma imagem ruim, porque ela assiste à conversa a certa distância. Este monitoramento pode ser feito, por exemplo, de forma manual, realizando buscas no mecanismo de busca do Twitter, de forma agregada, incorporando *softwares* específicos para gerar relatórios com mensagens sobre a sua organização ou, de forma automatizada, se utilizando de *software* que abrangem estatísticas e relatórios.

Escutando: para Van der Kooi (2010), escutar vai um passo além de monitorar. Neste caso, é importante que a organização saiba onde ela quer estar. As reclamações, perguntas ou ideias virão diretamente para a organização e elas partirão de todos os indivíduos que fazem parte da rede. E assim, uma vez que comece a escutar as conversas, a organização deve se preparar para reagir.

Reagindo: de acordo com Van der Kooi (2010), ao escutar as conversas, a organização deverá se preparar para tomar alguma atitude, porém, ela pode escolher se quer ou não responder, assumindo diferentes maneiras de reagir: a) uma delas seria respondendo diretamente a uma pergunta de forma apropriada, isto faz com que em uma questão simples a velocidade de resposta seja um ponto crítico para cada pergunta; b) outra seria responder diretamente a uma pergunta,

abordando o usuário para saber qual a resposta que ele considera correta, de forma a causar uma sensação junto ao usuário de que aquilo foi lido e não foi ignorado; c) outra forma seria tomar alguma atitude, significa que algum erro relatado pelo usuário será corrigido e o nome do usuário será lembrado; e d) não responder pode ser considerado como uma ação desejada em que as discussões não requerem que a organização precise se envolver. O processo de escutar e responder enseja uma conversação que é muito importante para manter uma relação, ocasionando benefícios para a organização junto às redes sociais.

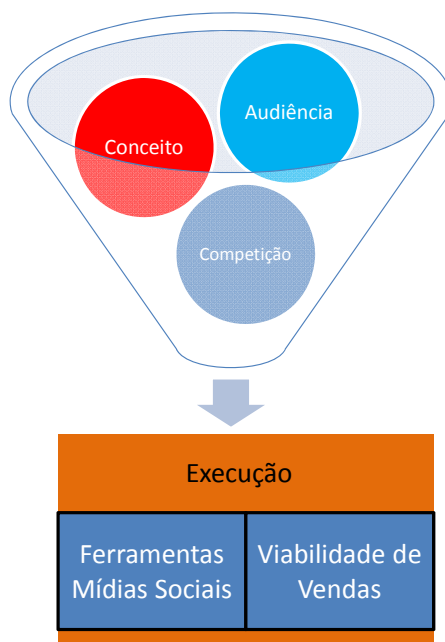
Criando: conforme Van der Kooi (2010), o processo de criação será realizado a partir do momento em que a organização estiver escutando e reagindo de forma ativa. Alguns exemplos são: criar e distribuir um vídeo viral; oferecer promoções especiais aos seguidores ou membros de uma rede social, por meio de um código ou cupom; questionando se o produto solicitado pelo usuário da rede social chegou com segurança e cumpre os requisitos do usuário.

4.1.3 Modelos de implantação das redes sociais

Em sua maioria, os modelos desta categoria são um passo a passo de forma a facilitar a implantação na organização.

4.1.3.A O modelo ACCESS de Safko e Brake (2010)

O modelo reproduzido no livro *A bíblia da mídia social*, de Safko e Brake (2010), pode ser descrito como um guia para a criação e implantação de uma estratégia de rede social. O mnemônico ACCESS significa Audiência, Conceito, Competição, Execução da rede social e Viabilidade de Vendas (Social Media Sales Viability). Ele é um modelo integrado para validar seu conteúdo e constituir uma comunidade dinâmica em torno dele. Segundo Safko e Brake (2010), o modelo ACCESS foi desenvolvido pela empresa Content Connections e é usado como uma metodologia para ajudar os clientes a criar e promover o conteúdo delas. A figura **33** traz o modelo ACCESS.

Figura 33 – Modelo ACCESS

Fonte: Socialmediamodels.net²⁰¹ (2013).

Audiência: de acordo com Safko e Brake (2010), saber o que o seu público está fazendo é crucial quando o assunto se refere às redes sociais. Em essência, uma audiência consome conteúdo e representa uma oportunidade para um relacionamento interativo. Esse relacionamento permite que a organização empregue uma ou mais estratégias de envolvimento de mídia social, ou seja; comunicar, colaborar, educar ou entreter. Para identificar este público, é importante que a organização conheça os comportamentos demonstrados, atitudes, valores, crenças, necessidades, preferências e dados demográficos. Por último, é relevante saber quem são as pessoas que podem ser consideradas como influenciadores ou promotores dentro de cada grupo já que elas têm um talento especial e um enorme valor viral para influenciar e mobilizar outros integrantes. Ao fazer isso, é possível criar arquétipos de público que ajudam a caracterizar estas pessoas.

Conceito: para Safko e Brake (2010), cada empresa tem um conceito básico que destaca a proposta de valor para seu público pretendido. Assim, se a organização estiver desenvolvendo conteúdo para uma comunidade, ele tem, igualmente, um conceito intrínseco. É importante preparar-se para testar e validar seu conceito por meio de uma “declaração de conceito” que esteja pronta e permita ao público se identificar com ela.

Competição: de acordo com Safko e Brake (2010), em um ambiente competitivo, poucos conceitos são de tal modo exclusivos que ninguém tenha pensado neles antes. Neste caso, é importante entender seus concorrentes bem o suficiente, de forma a ser capaz de determinar as

²⁰¹ SOCIALMEDIAMODELS.NET. ACCESS Model. 2013. Disponível em: <<http://www.socialmediamodels.net/social-media-implementation-models-category/social-media-access-model/>>. Acesso em: 29 jan. 2013.

vantagens atraentes de seu conceito sobre as do conceito deles. Para isso, a organização deve considerar criar uma lista de quem eles são e o que eles oferecem?; verificando vídeos, fotos, áudio, *blogs*, *wikis* e qualquer outra mídia social que os concorrentes estão empregando, considerando ainda a qualidade do conteúdo.

Execução: para Safko e Brake (2010), ao longo dos anos, temos visto algumas “declarações de conceito” atraentes que não conseguiram produzir uma estória de sucesso. O motivo: é que a execução do conceito não fez jus à sua promessa. Neste sentido, a organização deve oferecer ao seu público vídeo, áudio, fotos e outros aplicativos de mídia social para: a) demonstrar ao público que sua declaração de conceito pode ser realizada; b) destacar, pelo menos algumas vantagens comparativas de seu conceito sobre o da concorrência.

Viabilidade de Vendas: Safko e Brake (2010) destacam que tudo se resume à viabilidade de vendas, e isso suscita dúvida sobre o que é que a organização realmente está vendendo. Ao oferecer serviços ou bens no mundo real ou virtual, a organização pode incorporar outros modelos de receitas em sua estratégia de negócios. Safko e Brake (2010) consideram seis modelos de receita que podem ser gerados: 1. Produtos, serviços e informações; 2. Publicidade e patrocínio; 3. Transações ou comissões; 4. Assinaturas do conteúdo; 5. “*Freemium*”: algo gratuito com versões *premium* melhoradas que são pagas; e 6. SaaS sigla para *Software* como Serviço.

4.1.3.B O método POST da consultoria Forrester.

O modelo baseado no Método POST foi criado pela consultoria norte-americana Forrester Research²⁰², em 2007, por Josh Bernoff. A sigla POST representa *People* (Pessoas), *Objectives* (Objetivos), *Strategy* (Estratégia), *Technologies* (Tecnologias). Segundo Bernoff (2007), as organizações devem mudar o pensamento quando acham que fazer um *blog* ou criar uma página numa rede social é algo interessante. Para ele é hora de começar a fazer isso porque é eficaz.

Embora “estar por estar” não seja a melhor solução, Marquina (2011) observa que uma unidade de informação, uma organização ou uma empresa, não devem estar presentes nas redes sociais pelo simples fato de figurar, ser moderno e gerar conteúdo unidirecional, e nunca mais voltar a saber de si mesmo.

Marquina (2011) reforça a ideia de que devemos ver este novo cenário (as redes sociais) como uma boa oportunidade de difusão dos serviços bibliotecários (*marketing*) e o lugar *online* idôneo para a comunicação e as relações com os usuários de bibliotecas; ainda mais para saber o que eles estão falando sobre as bibliotecas ou a respeito de nossos temas de interesse

²⁰² Disponível em: <<http://www.forrester.com/>>. Acesso em: 29 jan. 2013.

(monitoramento) e aproveitar para aumentar a notoriedade e a reputação da unidade de informação e seus serviços. A figura 34 representa o método POST.

Figura 34 – Método POST da Forrester Research



Fonte: Bernoff (2007).

Para clarificar o método POST, Bernoff (2007) elaborou algumas questões de acordo com cada uma das etapas de implantação das redes sociais. **Pessoas**: que tipo de cliente/usuário e quais são as perspectivas que você tem deles? Como eles se comportam *online*? Para determinar melhor o seu público-alvo, é importante conhecer o “Infográfico da escada tecnográfica social”, que será expressa logo mais nesta tese. **Objetivos**: quais são os seus objetivos? Você está mais interessado em ouvir para obter ideias? Ou você quer permitir que seus clientes gerem mais conscientização? **Estratégia**: como você muda o relacionamento com os seus clientes? O que você quer obter dessas relações? Que direção você quer ter e qual a proposta subjacente? **Tecnologias**: Que aplicações você deve usar? Quanto tempo exige para ser implementada?

Para exemplificar o método POST, Marquina (2011) destaca um exemplo em bibliotecas escolares, a saber: a) pessoas - alunos, professores e pessoal administrativo do centro; b) objetivos - abrir uma janela de comunicação e participação na biblioteca escolar e mostrar seus serviços por meio das redes sociais; c) estratégia - compartilhar todo tipo de informação relevante para a motivação leitora dos alunos, servir como centro de referência a quem necessitar e motivar a participação de atividades *offline* na biblioteca; e d) tecnologia - criar uma página no Facebook.

4.1.3.C O sistema OASIS para o uso das redes sociais de Mason (2008)

O sistema OASIS para o uso das redes sociais foi criado por Mason (2008). Ele é composto por cinco etapas que ajudam na integração das ferramentas 2.0 à sua rotina de negócios. A sigla OASIS significa, “Objetivos”, “Audiência”, “Estratégia de Implantação” e “Sustentação”. Segundo Mason (2008), o sistema OASIS ajuda a organização a definir seus objetivos, entender o seu público, desenvolver uma estratégia, planejar a implantação e gerenciar o seu papel na conversa em andamento. A figura 35 representa cada um dos cinco passos.

Figura 35 – Sistema OASIS de implantação das redes sociais



Fonte: Socialmediamodels.net (2013).

Objetivos: De acordo com Mason (2008), o primeiro passo é estabelecer claramente os seus objetivos. É importante que a organização crie um entendimento comum, claro e conciso do que ela quer com as redes sociais. Isso vai guiar todas as outras atividades e estabelecer o critério que será usado para definir o sucesso.

Audiência: Para Mason (2008), é importante que a organização conheça o seu público, que pode se comportar de maneira diferente seja *online* ou na vida real. A forma como o público se comporta irá determinar como engajá-los, e qual o papel que a organização irá desempenhar na conversa. Neste caso, faz-se necessário conhecer alguns modelos de visão geral que serão aqui apresentados logo a seguir para conhecer o público com o qual a organização interage.

Estratégia: Consoante Mason (2008), após realizar os dois passos anteriores, a organização irá voltar sua atenção para a estratégia para determinar como ela vai se envolver com cada membro da comunidade, como eles vão interagir entre eles e como isso vai fazer a organização atingir as suas metas. Algumas perguntas podem ser feitas neste momento: Como a organização irá abordar diferentes segmentos de público? A organização irá monitorar e escutar primeiro? Ou a organização quer ser um membro que reage de forma ativa e/ou um criador de conteúdo?.

Implantação: Para Mason (2008), nesta fase, a organização irá planejar a implantação das redes sociais e para isso a organização precisa definir que tecnologias serão importantes e o que precisa fazer para colocar para funcionar.

Sustentação: Segundo Mason (2008), às vezes, nem tudo sai como o planejado para isso é necessário gerir em longo prazo para descobrir algum impacto legal, organizacional ou outro tipo a

ser considerado. E, ainda, como a organização vai monitorar, medir e ajustar os seus esforços para garantir que ela fique em contato com a sua comunidade de forma engajada e produtiva.

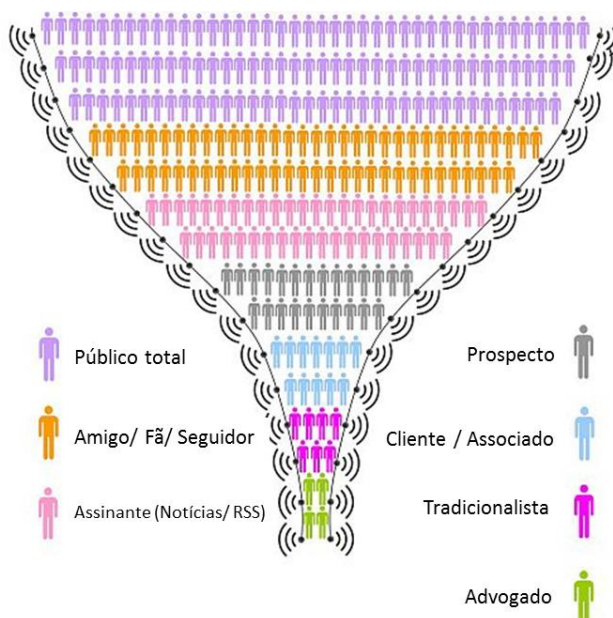
4.1.4 Modelos de visão geral das redes sociais

Os modelos de visão geral das redes sociais exibem uma visão geral da realidade percebida no ambiente da organização. Neles é possível saber como as pessoas se comportam nestes espaços e que tipos de usuários existem.

4.1.4.A O funil do engajamento por meio das redes sociais (*Social Media Engagement Funnel*)

O funil do engajamento por meio das redes sociais (*Social Media Engagement Funnel*) criado por Smiciklas (2010) descreve a audiência *online*, além de observar a proximidade dela com a organização. Defensores e partidários, por exemplo, são muito mais próximos do que alguns visitantes do seu sítio *web*. Para isso foram elaborados sete grupos que são descritos no funil: 1. público total; 2. amigo/ fã/ seguidor; 3. assinante (notícias/ RSS); 4. garimpo/prospecto; 5. cliente / associado; 6. tradicionalista (fiel à marca/organização); 7. advogado (embaixador). A figura 36 representa o funil do engajamento.

Figura 36 – O funil do engajamento por meio das redes sociais



Fonte: Smiciklas (2010).

Assim, é possível observar o esforço de *marketing* para alcançar a cada nível de indivíduo ao qual está direcionada uma campanha. A função do funil é identificar perante o público qual será aquele indivíduo que irá se tornar amigo, assinante, prospecto, associado, tradicionalista e advogado defensor daquela marca ou instituição, nesta sequência de engajamento. Este nível de engajamento

pode ajudar a identificar quem serão os defensores da biblioteca que ajudam a promover o conteúdo deste espaço e também os eventos realizados por ela com o auxílio das redes sociais.

4.1.4.B O infográfico da escada tecnográfica social (*Social Technographics Ladder*)

O modelo do infográfico da escada tecnográfica social foi criado por Li e Bernoff (2011). Este modelo serve de categorização dos diferentes grupos de usuários das redes sociais. Baseado no resultado do trabalho realizado pela empresa Forrester Research, os autores observaram sete grupos diferentes de usuários e as suas características principais. Cada um dos grupos inclui usuários que participam pelo menos uma vez por mês de ao menos uma das atividades.

A seguir Li e Bernoff (2011)²⁰³ destacam cada um dos sete grupos: a) criadores - altamente ativos, gerando conteúdo original e relevante em diversos formatos (áudio, vídeo, texto, fotos); b) críticos - participam ativamente de *blogs* com comentários, fóruns, *wikis* e revisão de produtos; c) colecionadores - utilizam RSS para receber notícias, adicionam *tags* a fotos e sites web; d) participantes - mantêm perfis em sites de relacionamento; e) expectadores - lêem *blogs*, assistem vídeos de outros usuários, escutam *podcasts* etc., porém não participam com conteúdo; f) inativos - apenas lêem e respondem a *e-mails* fazendo baixo uso da internet e redes sociais.

Esta classificação embora destaque cada um dos grupos de usuários das redes sociais, por si, não é suficiente para se trabalhar com a marca da instituição nas redes sociais. Bernoff e Li (2012) verificaram que, para se trabalhar com a marca nas redes sociais, deve-se usar o perfil tecnográfico social conforme a figura 37, para verificar se os consumidores/usuários estão nas redes sociais.

Assim, Li e Bernoff (2011) observaram uma tendência se configurando no ambiente *online*, a que eles deram o nome de *groundswell*, que é uma tendência na qual as pessoas usam a tecnologia para obter o que querem umas das outras, e não com instituições tradicionais, como as corporações.

Para o *groundswell* acontecer, existem algumas técnicas. Conforme Bernoff e Li (2012) destacam, as que são mais comuns e eficazes são: 1. Publicar um vídeo viral; 2. Envolver-se com as redes sociais e os sites web de conteúdos gerados pelos usuários; 3. Fazer parte da *blogosfera*; e 4. Criar uma comunidade *online*.

²⁰³ O mesmo título foi traduzido para o Português. BERNOFF, Josh; LI, Charlene. **Fenômenos sociais nos negócios: vença em um mundo transformado pelas redes sociais**. Rio de Janeiro: Campus, 2012. 314 p.

Figura 37 – Modelo do perfil tecnográfico social da Forrester



Fonte: Li e Bernoff (2011).

Desta forma, para se obter o sucesso neste ambiente alguns modelos de retorno sobre o investimento nas redes sociais devem ser incorporados ao planejamento estratégico da organização no sentido de se ter êxito.

4.1.5 Modelos de retorno sobre o investimento nas redes sociais

Mais recentemente, o questionamento sobre o retorno sobre o investimento (ROI, em inglês, *Return On Investment*) em projetos de redes sociais tem sido muito discutido pelas organizações. Blanchard (2012) destaca que grande parte da efetividade dos projetos que trabalham com redes sociais nas organizações residem na habilidade para estabelecer metodologias de análises que estejam alinhadas com as metas e objetivos da organização.

Assim, não é possível falar de análise de rendimento sem tratar da expressão KPI (em inglês, *Key Performance Indicator* ou em português, Indicador-chave de desempenho), para Torres-Salinas (2010), em linhas gerais, na hora de avaliar os serviços 2.0 nas bibliotecas públicas, contamos com várias fontes para a elaboração de indicadores. Por um lado, os próprios serviços 2.0 e redes sociais

nos oferecem diretamente estatísticas com o número de seguidores, dados sobre a participação e interação com outros usuários e a redifusão de conteúdos. Portanto, surgiram várias ferramentas *online* que realizam análise de perfis nas redes sociais e nos oferecem todo tipo de medida.

4.1.5.A O modelo dos quatro estágios do retorno sobre o investimento (*Four Stage ROI Model*)

O modelo dos quatro estágios do retorno sobre o investimento (*Four Stage ROI Model*) foi criado por Bartholomew (2008) inicialmente para medir ações voltadas para a área de Relações Públicas. Logo em seguida ele incorporou, conforme a figura 38, o termo engajamento para atender a atividades que utilizam as redes sociais, fazendo distinguir quatro estágios que ajudam a medir o retorno sobre o investimento em redes sociais.

Figura 38 – Modelo dos quatro estágios do retorno sobre o investimento



Fonte: Bartholomew (2008).

Exposição: Para Bartholomew (2008), a seguinte pergunta pode medir a exposição das redes sociais - qual é o seu alcance potencial? Estes elementos são fáceis de medir e agem de forma coerente com a quantidade de visitas e visitantes. Os elementos mensuráveis incluem o número de visitas, visitantes, exibições, seguidores, fãs, assinantes e menções à marca.

Engajamento: de acordo com Bartholomew (2008), o engajamento parece se encaixar melhor entre exposição e influência. Neste sentido, o engajamento ajuda a definir o cenário para a influência ocorrer. Para isso, é preciso que se faça a seguinte pergunta - quantos visitantes convertem as visitas em ações? Elementos em fase de engajamento são todas as ações realizadas pelos visitantes, significando que eles estão se engajando ou tentando se engajar. Os elementos

mensuráveis incluem a quantidade de cliques dos visitantes, *retweets*, compartilhamentos, @ respostas, mensagens diretas, *posts* no mural do Facebook, comentários e assinaturas RSS.

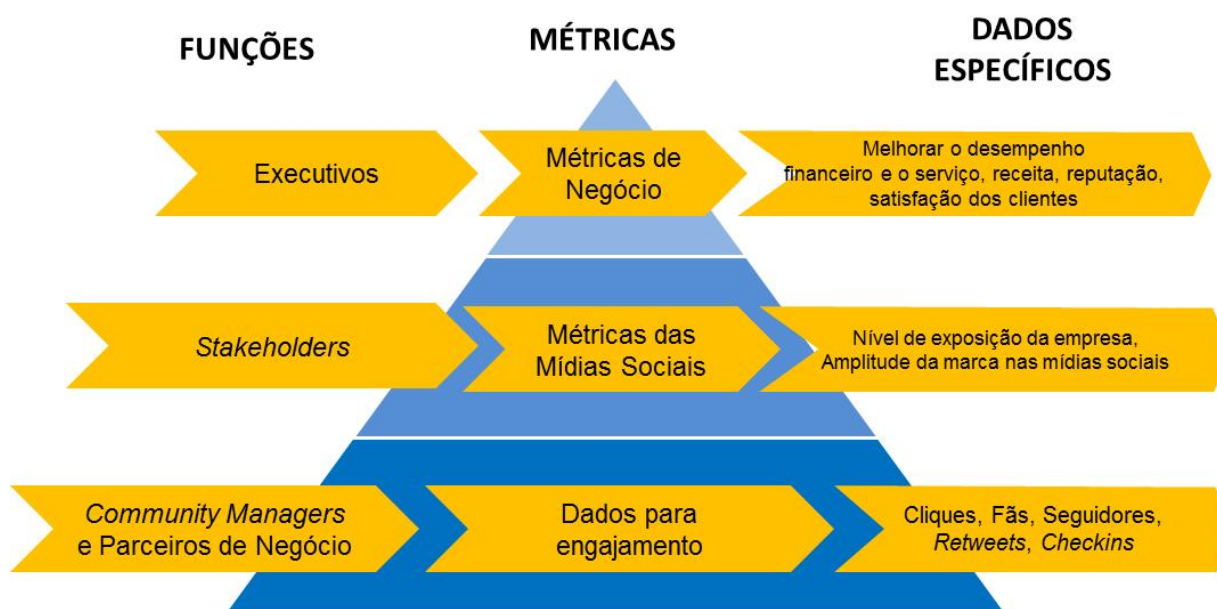
Influência: Segundo Bartholomew (2008), a influência mede o grau em que a exposição tem influenciado as percepções e atitudes. O ato de converter influência em ação é uma parte essencial de vender o serviço ou se conectar à causa que a organização defende. Elementos mensuráveis incluem o sentimento pela causa organizacional, lealdade e constantes revisitas.

Ação: Nesta fase, a organização chegou à fase final, quando as ações se fazem necessárias e são realizadas com visitantes fiéis. Alguns elementos mensuráveis incluem *downloads*, preenchimento de formulários, propostas e vendas de produtos ou serviços.

4.1.5.B O modelo da pirâmide do retorno sobre o investimento (*Social Media ROI Pyramid*)

O modelo da pirâmide do retorno sobre o investimento (*Social Media ROI Pyramid*) foi criado por Owyang (2010b), baseado em pesquisas na consultoria norte-americana Altimeter Group. Esta pirâmide é usada para se obter um controle sobre os diferentes elementos mensuráveis de uma estratégia de mídia social. Owyang (2010b) usa três visões, conforme a figura 39, que consistem em funções, métricas e dados específicos para vincular com os responsáveis e o esforço necessário para acompanhar estas métricas.

Figura 39 – Pirâmide do retorno sobre o investimento em redes sociais



Fonte: Owyang (2010b).

Com base no comportamento que foi observado por Owyang (2010b), em várias instituições pesquisadas, por esse autor, a organização deve desenvolver uma maneira de medir o uso das redes

sociais de acordo com as metas de negócio. Para isso, Owyang (2010b) elaborou cinco passos para começar a usar a pirâmide do retorno sobre o investimento em redes sociais: 1. Comece com uma meta de negócio em mente; 2. Informe os dados específicos para cada função; 3. Observe que a frequência e a quantidade de dados variam de acordo com a camada da pirâmide; 4. A personalização das fórmulas de medição é necessária para acompanhar o desempenho das redes sociais; e 5. Acompanhe as tendências ao longo do tempo baseado nos dados que a equipe de redes sociais irá informar.

4.1.5.C O modelo Weinberg de retorno sobre o investimento em redes sociais (*Weinberg's ROI Model*)

O modelo Weinberg de retorno sobre o investimento em redes sociais foi criado por Weinberg (2010) para descrever cinco categorias de métricas – alcance, frequência e tráfego, influência, conversações e transações e sustentabilidade - usadas para determinar o retorno sobre o investimento (ROI) em redes sociais. A figura 40, expressa as cinco categorias e algumas métricas para acompanhar o ROI.

Figura 40 – Modelo Weinberg de retorno sobre o investimento

| Alcance | Frequência e Tráfego | Influência | Conversações e Transações | Sustentabilidade |
|---|---|---|---|---|
| Até onde chega a sua mensagem? | Fatores quantitativos | Uma vez iniciado qual o alcance da conversação? E o que isso influencia? | O que é uma "chamada a uma ação" (<i>call-to-action</i>)? Como ela funciona? | Ocorre só uma transação ou as pessoas se tornam clientes e embaixadores? |
| <ul style="list-style-type: none"> • <i>Links</i> gerados pelas mensagens • <i>Tweets</i> sobre a mensagem • Pessoas que falam sobre a mensagem • Novas conexões feitas | <ul style="list-style-type: none"> • Quant. Visitas • Qtd de visitantes • Visitas de retorno | <ul style="list-style-type: none"> • Discussões sobre uma mensagem/ conteúdo • Comentários sobre uma msg / conteúdo • Qtd Retweets • Qtd de compartilhamentos e envio de mensagem | <ul style="list-style-type: none"> • Frequência de seleção de conteúdo de um anúncio (<i>clicks-through</i>) • Núm. <i>Downloads</i> • Núm. Vendas | <ul style="list-style-type: none"> • Qtd de membros da comunidade que são sustentáveis • Lealdade • Número de visitas frequentes que retornam ao sítio web |

Fonte: Weinberg (2010).

Alcance: Para Weinberg (2010), o alcance mede até onde sua mensagem irá chegar. Algumas métricas que podem ser utilizadas para determinar o alcance são: o número de pessoas

“tuitando” sobre a sua campanha de *marketing* ou o número de conexões que a sua organização acumulou desde que ela foi enumerada como *Fan Page* no Facebook.

Frequência e Tráfego: De acordo com Weinberg (2010) a seguinte pergunta deverá ser feita para observar a frequência e tráfego sobre as redes sociais: por quantas vezes as pessoas estão visitando o sítio web da organização? Para determinar isso, a organização deverá abrir um *software* de análise do seu sítio web e observar durante um certo período o número de visitas. Se surgir algum tipo de tráfego e a sua organização não estiver fazendo nenhuma outra campanha, isto deverá ser atribuído à campanha de *marketing* originária da mídia social.

Influência: Consoante Weinberg (2010), para medir a influência, algumas perguntas básicas deverão ser feitas - como está concentrada a conversão relacionada com o seu negócio? As pessoas estão discutindo o assunto, ou elas olham, comentam (ou não) e vão embora? Se existe maior profundidade e influência há maior potencial para conversação e viralidade.

Conversações e Transações: Para Weinberg (2010), esta etapa é medida pelas seguintes perguntas - sua organização observa o número de vezes que as pessoas selecionam um conteúdo que a organização lançou para obter conhecimento sobre o seu negócio? Existe algum *download* de *software* que pediram para realizar? A organização observou alguma transação adicional? Alguma venda foi gerada com isso?

Sustentabilidade: Na reflexão de Weinberg (2010), as seguintes perguntas deverão ser feitas - por quanto tempo os usuários estarão próximos a sua organização logo depois que as campanhas nas redes sociais estiverem cobertas pelos radares? Os usuários estarão juntos com a organização quando eles tomaram consciência da sua existência, ou eles vão para outro lugar?

Síntese da seção

Desta forma, após destacar vários modelos de adoção, implantação e retorno sobre o investimento em redes sociais, este trabalho destacará modelos de Biblioteca 2.0, onde no ambiente das bibliotecas se observa a presença das redes sociais.

Para sintetizar os modelos observados ao longo deste capítulo, foram elaborados quadros para destacar cada um dos modelos de acordo com o seu foco, a compreensão, como usar os modelos nas bibliotecas e quais são as questões principais. O quadro 23 é relativo aos modelos de adoção das redes sociais.

Quadro 23 – Síntese dos modelos de adoção das redes sociais

| Modelos | Nome | Foco | Compreensão do Modelo | Como usar nas Bibliotecas | Questões principais |
|---------|--|---|--|---|--|
| Adoção | Jornada de participação nas redes sociais | Organização totalmente conectada. | Cinco estágios visando o engajamento dos usuários. | Realizar estudo de usuários. (Re) Definir serviços baseados nos usuários. Operacionalizar e Estabelecer metas visando atingir resultados reais utilizando as redes sociais. | Quais os passos a serem dados? |
| | Modelo de maturidade das redes sociais | Indicar em que situação está a adoção das redes sociais. | Quatro etapas de maturidade que evoluem do aspecto tático ao estratégico. | Definir quais as redes sociais que irão servir para os propósitos das bibliotecas | Em que fase de maturidade das redes sociais a organização se encontra? |
| | Modelo de organização social | Estabelecer níveis de coordenação das ações para o uso das redes sociais. | Cinco quadros estratégicos utilizados para estabelecer a coordenação ao adotar as redes sociais. | Definir qual a política de comunicação da biblioteca e incluir as redes sociais de acordo com as possibilidades de coordenação/marketing. | Qual o nível de coordenação em que as redes sociais são adotadas? |

Fonte: Elaborado pelo Autor.

O quadro 24 é relativo aos modelos de abordagem estratégica das redes sociais, compreendendo o Modelo 24/7 das redes sociais, o Modelo das formas de engajamento das redes sociais e o Modelo da pirâmide das redes sociais.

Quadro 24 – Síntese dos modelos de abordagem estratégica das redes sociais

| Modelos | Nome | Foco | Compreensão do Modelo | Como usar nas Bibliotecas | Questões principais |
|-----------|---|--|---|--|--|
| Abordagem | Modelo 24/7 das redes sociais | Discutir ações para agir junto aos usuários das redes sociais. | Dois eixos: horizontal e vertical, envolvendo ações de comunicação e vendas/promoção de acordo com o esforço empreendido. | Definir as iniciativas que a biblioteca irá adotar para se engajar com os seus usuários nas redes sociais. Estabelecer ações para promover a biblioteca junto aos usuários das redes sociais. | Como a organização irá direcionar suas ações nas redes sociais para atingir o mercado? |
| | Modelo das formas de engajamento das redes sociais | Estabelecer formas de engajamento para se aproximar dos clientes/usuários. | Seis níveis de engajamento a serem alcançados pela organização. | Definir de que forma a biblioteca irá se aproximar de seus usuários por meio das redes sociais. Acompanhar a interação com o usuário definindo a linha de discussão nas redes sociais. | De que forma a organização está se engajando com o usuário? |
| | Modelo da pirâmide das redes sociais | Definir a imagem a ser seguida nas redes sociais. | Quatro bases que visam formar uma imagem em resposta às conversas obtidas nas redes sociais. | Estabelecer uma imagem transparente da biblioteca nas redes sociais participando das conversas de forma ativa. | Qual a imagem da organização nas redes sociais? |

Fonte: Elaborado pelo Autor.

O quadro 25, diz respeito aos modelos de implantação das redes sociais compreendendo os modelos ACCESS, o método POST e o sistema OASIS.

Quadro 25 – Síntese dos modelos de implantação das redes sociais

| Modelos | Nome | Foco | Compreensão do Modelo | Como usar nas Bibliotecas | Questões principais |
|-------------|------------------------|--|---|---|--|
| Implantação | O Modelo ACCESS | Definir um conteúdo para as redes sociais que o público se identifique. | Aborda cinco questões para validar o conteúdo a ser utilizado nas redes sociais. | Definir o conteúdo que a biblioteca irá trabalhar nas redes sociais de acordo com o comportamento/valores/preferência a qual público será dirigido. | Qual será o conteúdo abordado na hora de implantar a rede social? |
| | O método POST | Definir para que pessoas, objetivos as redes sociais serão implantadas. | Compreende quatro aspectos a serem avaliados na hora de implantar as redes sociais. | A biblioteca deverá primeiramente definir o público e estabelecer o objetivo na hora de adotar uma estratégia de participação nas redes sociais. | Qual será o público/objetivo das redes sociais? Que estratégias serão adotadas na implantação? |
| | O sistema OASIS | Definir o objetivo e o público para estabelecer uma estratégia de ação que seja sustentável. | Cinco etapas que ajudam na integração a rotina de negócios. | De acordo com o objetivo/audiência estabelecido para a implantação da rede social a biblioteca irá definir qual estratégia irá abordar. | Que objetivo, audiência e estratégia serão observadas na hora de implantar as redes sociais? |

Fonte: Elaborado pelo Autor.

O quadro 26 considera os modelos de visão geral das redes sociais compreendendo o modelo do funil de engajamento por meio das redes sociais e o Modelo do infográfico da escada tecnográfica social.

Quadro 26 – Síntese dos modelos de visão geral das redes sociais

| Modelos | Nome | Foco | Compreensão do Modelo | Como usar nas Bibliotecas | Questões principais |
|-------------|--|--|--|---|--|
| Visão Geral | Funil do engajamento por meio das redes sociais | Categorizar diferentes grupos de usuários das redes sociais. | Sete grupos de usuários das redes sociais para avaliar as suas características. | Baseado num estudo de usuário da biblioteca pode-se fazer uma relação com os tipos que estão presentes nas redes sociais. | Que tipo de usuários encontra-se nas plataformas adotadas? |
| | Infográfico da escada tecnográfica social | Estabelecer um perfil tecnológico dos usuários que participam das redes sociais. | Seis perfis de usuários que participam das redes sociais são utilizados para trabalhar a imagem. | Promover a imagem da biblioteca nas redes sociais de acordo com tecnologias específicas para cada usuário. | Que tecnologia utilizar para obter sucesso junto aos usuários das redes sociais? |

Fonte: Elaborado pelo Autor.

O quadro 27 concerne aos modelos de visão geral das redes sociais, compreendendo o modelo dos quatro estágios do ROI, o Modelo da pirâmide do ROI e o Modelo Weinberg de ROI.

Quadro 27 – Síntese dos modelos de retorno sobre o investimento nas redes sociais

| Modelos | Nome | Foco | Compreensão do Modelo | Como usar nas Bibliotecas | Questões principais |
|------------------------------|--|---|---|--|---|
| Retorno sobre o Investimento | Modelo dos quatro estágios do ROI | Medir ações voltadas para a área de Relações Públicas. | Quatro estágios ajudam a medir o ROI em redes sociais. | A biblioteca deve definir que serviços serão mais expostos para atingir a influência nas redes sociais. Para avaliá-los em seguida de acordo com métricas. | Que ações deve-se realizar para se tornar influente nas redes sociais? |
| | Modelo da pirâmide do ROI | Definir o uso das redes sociais de acordo com as metas de negócio. | Três visões vinculam os responsáveis e o esforço para acompanhar as métricas nas redes sociais. | Ao definir o seu planejamento estratégico a biblioteca irá relacionar os responsáveis pelas redes sociais para atender as metas estabelecidas. | Que metas de negócio as redes sociais irão atender? Quem serão os responsáveis pelas redes sociais? |
| | Modelo Weinberg de ROI | Estabelecer métricas para avaliar as ações que fazem a organização manter um diálogo nas redes sociais. | Cinco categorias de métricas para determinar o ROI. | A biblioteca deverá definir que métricas serão utilizadas para ter alcance, influência de acordo com a frequência de atualização das redes sociais. Estabelecer campanhas de acordo com aquilo que está sendo discutido naquele momento. | Quais as métricas utilizadas para as redes sociais? Que transações envolvem maior alcance? Que campanhas são mais efetivas? |

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Assim, procuramos enumerar, a seguir, os resultados obtidos com a fundamentação teórica dos modelos gerais de abordagem das redes sociais.

- Os modelos são complementares e indicam em que situação devem ser adotados de acordo com a realidade observada.
- A definição dos modelos de adoção das redes sociais com o intuito de estabelecer uma coordenação entre os serviços que deverão estar voltados para os usuários.
- A definição dos modelos de abordagem estratégica das redes sociais para estabelecer iniciativas de participação do usuário no sentido de promover a imagem institucional.
- A definição dos modelos de implantação das redes sociais para estabelecer o conteúdo e para qual público a estratégia será dirigida.
- A definição dos modelos de visão geral para relacionar os grupos de usuários com os quais a instituição irá se relacionar e promover a sua imagem.
- A definição dos modelos de retorno sobre o investimento nas redes sociais para medir ações de acordo com as metas de negócio e assim manter um diálogo efetivo com os seus usuários.

Com isso, destacamos elementos para poder dar subsídios para elaborar um modelo de adoção de redes sociais.

Conforme foi observado ao longo das seções anteriores, as redes sociais estão sendo adotadas por vários tipos de bibliotecas, porém este trabalho pretende fazer uma pesquisa no espaço das bibliotecas universitárias. Logo, na próxima seção, serão expressos alguns modelos de Biblioteca Universitária 2.0 que utilizam as redes sociais para interagir com os usuários 2.0, que comumente são alunos, docentes, pesquisadores e o público em geral para buscar uma aproximação com eles e divulgar os cursos de formação e as notícias do seu interesse.

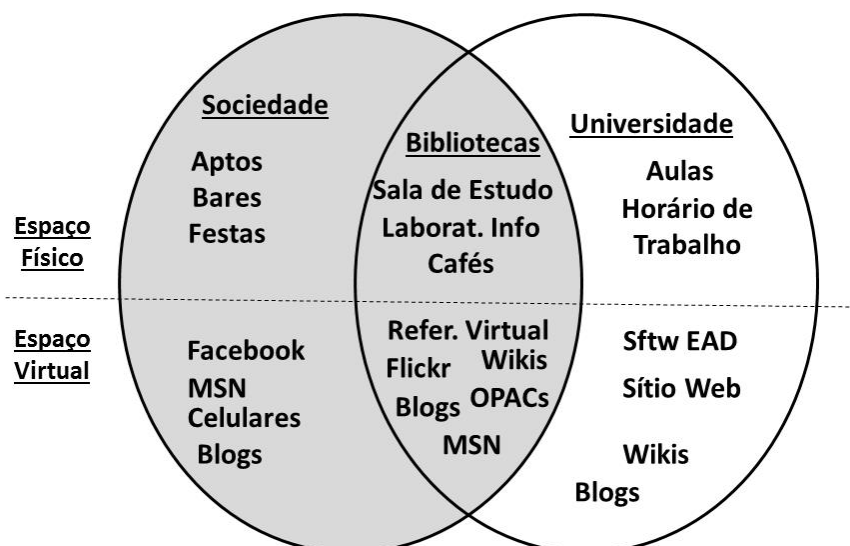
4.2 Modelos de Biblioteca Universitária 2.0

Em anos recentes, os sítios web das bibliotecas universitárias foram modificados, tanto na estrutura de suas páginas como no conteúdo, para que fossem introduzidas as redes sociais e também fosse possível atender à crescente demanda de conteúdo e comunicação instantânea de que a nova geração de usuários necessitava.

Neste sentido, Habib (2006), sugeriu um modelo de Biblioteca Universitária 2.0, descrevendo como as ferramentas da Web 2.0 poderiam ser aplicadas em bibliotecas universitárias para vários propósitos.

Assim, Habib (2006) traz como exemplo a possibilidade de dados que poderiam ser coletados em fontes consultadas e comentadas pelos estudantes, no próprio OPAC com características incorporadas das redes sociais. No modelo sugerido pelo autor, cada uma dessas fontes consultadas no OPAC, que fossem comentadas, poderia resultar num processo de aprendizagem ainda maior para determinado assunto estudado pelos usuários da biblioteca para oferecer sugestões, como, por exemplo, “outros estudantes que consultaram esta fonte também selecionaram estes itens quando pesquisaram este assunto”. Este processo é o mesmo que pode ser visto hoje em dia nas livrarias virtuais, em que, ao selecionar um livro o consumidor observa outros livros associados com o tema, adquiridos por outros clientes.

A figura 41 exibe o Modelo de Biblioteca Universitária 2.0, desenvolvido por Habib (2006), baseando-se na ideia de que a vida do estudante se divide entre a sociedade (leia-se o aspecto social de ambiente em que ele convive) e o ambiente universitário, onde a biblioteca universitária situa-se como ponto de convergência. Neste sentido, as BU beneficiam o seu espaço físico de um ambiente favorecedor de maior convívio entre os estudantes, por meio de equipamentos como cafeterias ou lanchonetes, redes sem fio e salas de estudo em grupo.

Figura 41 – Modelo de Biblioteca Universitária 2.0 de Habib (2006)

Fonte: Adaptado, pelo Autor, de Habib (2006).

A transposição de convívio para o espaço virtual baseando-se no ambiente da rede social Facebook, e ainda com a inclusão de *blogs*, *wikis* e serviços de mensagem instantânea (MSN), permite com isso que a interação ocorra sem a interferência ou a revisão do professor que os acompanha nas discussões em sala de aula (HABIB, 2010). Com isso, o autor conclui que estas ferramentas deveriam ter seu acesso liberado na rede *internet* da universidade, para evitar qualquer tipo de punição ao estudante.

Segundo Dora e Maharana (2008), as bibliotecas estão mudando e elas devem querer provar que ainda são provedores de informação e, assim, deveriam tentar adotar novas tecnologias para fornecer serviços conforme as expectativas mais recentes dos usuários em termos de tecnologia. Ainda de acordo com Dora e Maharana (2008), o mundo das bibliotecas não é compatível com o usuário moderno. Desse modo, as bibliotecas estão percebendo uma transformação na sua rotina funcional, advinda de ferramentas e tecnologias mais modernas. Vale frisar que a Biblioteca 2.0 foi concebida para modificar o contexto, ensejando a adoção de uma nova filosofia de serviços que abrange sistemas, processos e a atitude dos bibliotecários.

A passagem da Biblioteca Universitária 1.0 para a 2.0 oferece à biblioteca, a possibilidade de ser acessada de qualquer lugar que dê acesso à internet, não se limitando mais ao espaço físico onde se encontra o seu acervo. Nela a informação que antes era controlada/catalogada pelos bibliotecários pode ser também controlada por meio de *tags* de classificação e comentários feitos pelos usuários. Como consequência disso, a “Biblioteca Universitária 2.0” oferece a possibilidade de o usuário participar, provocando uma bidirecionalidade e a troca de informação, trazendo uma maior experiência aos usuários. Uma distinção desta mudança entre a “Biblioteca Universitária 1.0” e a “Biblioteca Universitária 2.0” pode ser visualizada no quadro 28.

Quadro 28 – Da Biblioteca Universitária 1.0 a Biblioteca Universitária 2.0

| Biblioteca Universitária 1.0 | Biblioteca Universitária 2.0 |
|---------------------------------------|--|
| Acesso físico a Biblioteca | Acesso de qualquer lugar com a internet |
| Informação controlada pela biblioteca | Informação controlada pelo usuário/bibliotecário |
| Sítio Web Estático da Biblioteca | Sítio Web Dinâmico da Biblioteca |
| Publicar | Participar |
| Disponível localmente | Disponível de qualquer lugar |
| Via única de informação | Duas vias de troca de informação |
| Biblioteca como serviço | Biblioteca como experiência |

Fonte: Traduzido pelo autor com base em Dora e Marahana (2008, p. 473).

Numa pesquisa realizada em 81 sítios web de BU norte-americanas presentes no Estado de Nova Iorque, os pesquisadores Xu, Ouyang e Chu (2009) procuraram saber como era feita a adoção das redes sociais da *Web 2.0* nestes sítios *web* visitados, para tentar desenvolver um modelo de Biblioteca Universitária 2.0 que era desta forma baseado em três componentes - o bibliotecário 2.0; o usuário 2.0 e a informação 2.0 e, assim, para cada um deles, os autores procuraram descrever alguns atributos conforme a figura 42, que representa o modelo de Biblioteca Universitária 2.0, a seguir.

Figura 42 – Componentes da Biblioteca Universitária 2.0

Fonte: Adaptado, pelo autor, de Xu, Ouyang e Chu (2009).

Desta forma, os bibliotecários que irão trabalhar numa Biblioteca Universitária 2.0 devem ter como qualificação algo diferente daquilo que para Xu, Ouyang e Chu (2009) podia ser observado antes do fenômeno da *Web 2.0*; estes bibliotecários 2.0 necessitam de criatividade, devem ser orientados ao usuário, desenvolver uma participação ativa e ainda desempenhar os papéis de organizadores, contribuintes, facilitadores e coordenadores.

O grupo de usuários que serão atendidos pelo Bibliotecário 2.0, de acordo com o quadro 29, é composto de jovens estudantes da Geração Y (*Net Generation*) e também de professores da universidade que manifestam o seu comportamento e necessidades. Os estudantes da Geração Y se caracterizam pela rápida adoção das redes sociais da *Web 2.0*, têm participação ativa na Biblioteca Universitária 2.0, enquanto funcionários e professores que desempenham função de pesquisa e ensino necessitarão desenvolver habilidades para responder e interagir com as redes sociais que estarão ancorando em todas as áreas do *campus*.

Assim, este conjunto de “Usuários 2.0”, em especial os nativos digitais, compartilha de características comuns referentes à busca de informação e a forma de se relacionar com as ferramentas digitais. Percebem também os serviços de informação de maneira redundante e estabelecem uma relação com as tecnologias de vanguarda de forma natural e com elevadas expectativas.

Quadro 29 – Usuários 2.0 na Biblioteca Universitária 2.0

| Estudantes | Professores e Funcionários |
|---|--|
| Rápida adoção das redes sociais da <i>Web 2.0</i> Ativa participação na Biblioteca Universitária 2.0 Responsável pela Extensão da Biblioteca Universitária 2.0 para outras dimensões do campus. | Campo vasto de adoção das redes sociais da <i>Web 2.0</i> Ensino e Pesquisa com a ajuda das ferramentas 2.0 |

Fonte: (XU; OUYANG; CHU, 2009, p. 329).

Com isso, Serrat-Brustenga e Sunyer-Lázaro (2008) ressaltam que as unidades de informação físicas ou virtuais têm que conhecer com profundidade as necessidades, expectativas e as opiniões deste segmento da população a que estamos nos referindo, para, desta forma, planejar as linhas estratégicas de atuação da unidade de informação nos próximos anos e adaptar-se com maior eficácia às necessidades da nova geração e às mudanças sociais que resultam da globalização.

Serrat-Brustenga e Sunyer-Lázaro (2008) concluem que as unidades de informação não estão preparadas para oferecer serviços à geração digital. A razão de não haver sido investido recurso suficiente para se ajustar a este perfil de “Usuário 2.0” coincide com a própria novidade do fenômeno, o desconhecimento deste grupo e a natureza que supõe estas mudanças. Neste sentido, as universidades têm de assumir uma transformação profunda, tanto no plano de organização e gestão, como também de mudança de estratégias de aprendizagem. Por sua vez, os bibliotecários têm que se orientar pelo uso intensivo de serviços e recursos digitais.

Esta dinâmica em torno das novas expectativas dos “Usuários 2.0”, ocasionadas pela proliferação de ferramentas de busca e conteúdos presentes em *softwares* colaborativos que contém grande quantidade de informação, questiona a utilidade da BU, conforme observam Serrat-Brustenga e Sunyer-Lázaro (2008).

O desaparecimento das hierarquias e dos pontos de referência neste contexto digital faz com que o “Usuário 2.0” possa citar uma referência contida em um *blog* com um comentário de autor anônimo ou ainda um artigo científico de um autor reconhecido, como indicam Serrat-Brustenga e Sunyer-Lázaro (2008).

Assim, Serrat-Brustenga e Sunyer-Lázaro (2008) propõem alguns serviços que uma biblioteca universitária poderia oferecer ao usuário 2.0: 1) Um serviço permanentemente aberto (24 horas x 7 dias); 2) que ofereça conteúdo específicos e, se possível, que predomine o visual perante o textual; 3) que ofereça todos os serviços digitalmente e, alguns de forma presencial, sobretudo

aqueles relacionados com o espaço de estudo ou trabalho em grupo; 4) que seja focado nas suas necessidades particulares (do inglês, *just for me*); 5) que seja compreensível (navegável, inteligível); 6) que seja ubíquo e acessível de qualquer local (casa, escritório) e por meio de dispositivos móveis (*smartphones, PDAs, tablets, netbooks*); 7) que seja interativo; 8) que ofereça resposta rápida (do inglês, *just in time* ou *at a click*); 9) que ofereça informação em pequenas quantidades em detrimento de texto completo; e 10) que seja confiável.

Pienaar e Smith (2007) destacam ainda que o “Usuário 2.0” (*Patron 2.0* em inglês) é o melhor exemplo desta mudança ocasionada pela passagem de consumidor de conteúdo para criador de conteúdo nas bibliotecas. Isso favorecerá a característica de bidirecionalidade da Biblioteca 2.0, cabendo saber se o aluno mudará de uma atitude passiva para outra ativa neste novo contexto.

O terceiro componente na perspectiva de Xu, Ouyang e Chu (2009), é a Informação 2.0, que se manifesta em quatro diferentes características quando comparada com a Informação 1.0. A primeira característica é a forma como esta é mostrada, sendo a nova constituída de forma não linear, ao contrário da outra, que é essencialmente linear, ocasionada pela estrutura de *hiperlinks* presentes na *Web*. A segunda característica é que a Informação 2.0 é organizada conjuntamente pelo bibliotecário e também pelo usuário, por meio de *blogs* e *tags*, quando antes tal função era exclusiva do primeiro. A terceira diz respeito à direção do fluxo informacional que se dava anteriormente na Informação 1.0, em uma via, partindo do bibliotecário, e agora na Informação 2.0, a mesma se dá em N-vias, partindo de ambos os lados. E por último, na quarta característica, o tempo de envio que antes era demorado agora não pode mais ser negligenciado, ou seja, a informação deve ser oportuna, conforme a figura 43.

Figura 43 – Modelo de Biblioteca Universitária 2.0



Fonte: Tradução nossa, com base em Xu; Ouyang; Chu (2009, p. 330).

As ferramentas da Web 2.0 oferecem um espaço de treinamento e comunicação, tanto para os professores da faculdade, como para os bibliotecários que desenvolvem cursos de formação para os usuários de bibliotecas universitárias. Fang e Li (2013) observam que estas aplicações

multimídia ajudam no suporte aos usuários de bibliotecas que estão em formação por meio de espaços temáticos que são disponibilizados pelas bibliotecas universitárias como Guias por Assunto.

Alguns exemplos típicos do uso de aplicações web 2.0 em bibliotecas universitárias foram destacados por Fang e Li (2013). Eles descrevem alguns assuntos que podem ser abordados neste ambiente, a saber: 1.) espaço temático de comunicação baseado em *blogs* e RSS; 2.) plataforma temática de treinamento baseado em *podcast*; 3.) enciclopédia *online* baseada na filosofia wiki; 4.) repositório temático baseado no Dspace. A figura 44 representa estes assuntos.

Figura 44 – Ambiente temático de treinamento e comunicação da Biblioteca Universitária 2.0



Fonte: Fang e Li (2013, p. 460).

Ao olhar o ambiente da Biblioteca Universitária 2.0, não há como se esquecer do profissional que trabalhará com as ferramentas da Web Social. Assim, Bawden *et al.* (2007) observaram mudanças significativas no currículo dos cursos de graduação na área de Ciência da Informação em cinco países distintos, a saber - Austrália, Irlanda, Lituânia, Eslovênia e Reino Unido - e constataram que está ocorrendo um aumento na disponibilização de conteúdo digital para os estudantes que estão discutindo aspectos acerca do impacto que as ferramentas da Web 2.0 estão exercendo na comunicação com os usuários.

Os autores destacam ainda a introdução de atividades que envolvem discussão por meio de *blogs*, o uso de *wikis* para coletar contribuições de estudantes, e o emprego de arquivos de *podcasts* para gravar as aulas como complemento dos textos discutidos em classe. A utilização de conteúdo digital e também a introdução ao uso de ferramentas colaborativas, como *blogs*, *wikis* e *podcasts* nos cursos de futuros bibliotecários destes países já pode sugerir uma preparação destes estudantes para se tornarem Bibliotecários 2.0.

Segundo Griffiths e King (1986, p. 31-33) *apud* Robati e Singh (2013) a definição operacional de competência inclui três componentes: conhecimento, habilidades e atitudes. Eles afirmaram que: conhecimento é ter informações sobre, conhecer, compreender, se familiarizar com, estar ciente, ter experiência ou estar familiarizado com algo, alguém ou como fazer algo; habilidade

é a capacidade de usar o conhecimento de uma forma eficaz; e a atitude é uma abordagem mental ou emocional relacionada a algo ou alguém. Durand (2006) completa dizendo: entende-se que o conceito de competência compreende três atributos: 1) **conhecimentos** - o "saber" que a pessoa acumulou ao longo da vida, que corresponde a uma série de informações assimiladas e estruturadas pelo indivíduo e lhe permitem "entender o mundo"; 2) **habilidades** - o "saber fazer", capacidade de fazer uso produtivo do conhecimento, de instaurar conhecimentos e utilizá-los em uma ação; e 3) **atitudes** - o "saber ser", referente aos aspectos sociais e afetivos relacionados ao trabalho.

Assim, ser competente passa a ser consequência da utilização adequada, pelo bibliotecário, de seus atributos de competência, isto é, dos conhecimentos, habilidades e atitudes que contém e que são compatíveis com a função biblioteconômica que ele desempenha (AMARAL, 2006).

Os bibliotecários que já exercem a profissão também podem possuir características de Bibliotecários 2.0. Para isso, Partridge, Lee e Munro (2010) fizeram um levantamento por meio de grupo focal com profissionais da informação australianos, que destacam algumas habilidades, competências e atributos que o profissional bibliotecário 2.0 deve ter para trabalhar no mundo 2.0. O estudo sugere que eles estão mudando a maneira como a biblioteca e os profissionais da informação projetam e trabalham os serviços e recursos junto às necessidades do usuário. Assim, Partridge, Lee e Munro (2010, p. 325-329) propuseram oito assuntos-chave para discutir sobre o bibliotecário 2.0.

- a) **Tecnologia:** bibliotecários bem sucedidos no mundo da Web 2.0 necessitam estarem conscientes dela, e ter a compreensão fundamental deste espaço, as tecnologias emergentes — o que está disponível e o que se pode fazer sem ser necessariamente, profissional de tecnologia da informação.
- b) **Aprendizagem e educação:** neste caso é a necessidade de o bibliotecário 2.0 estar interessado nas tecnologias da Web 2.0, e disposto a nelas se engajar. Desta forma, o aprendizado constante pode ajudar os usuários a fazerem uso delas, como foi destacado por todos os participantes do estudo.
- c) **Pesquisa ou prática baseada em evidências:** com a habilidade da pesquisa o bibliotecário 2.0 pode tomar as melhores decisões, desenvolver as melhores práticas e estabelecer um *benchmarking*.
- d) **Comunicação:** deve ser vista como um dos principais requisitos de um bibliotecário 2.0, que inclui a habilidade de se engajar na comunicação oral e escrita em diversos formatos e mídias.
- e) **Colaboração e trabalho em equipe:** deve ser capaz de construir relacionamentos e parcerias e estabelecer redes com indivíduos e grupos estejam onde estiverem.
- f) **Foco no usuário:** o bibliotecário 2.0 adora trabalhar com pessoas, valoriza as diferentes experiências dos usuários, visualiza as diferentes perspectivas dos usuários, e busca ativamente o uso das tecnologias emergentes para fornecer aos usuários uma voz.

- g) **Compreensão de negócio:** o bibliotecário 2.0 deve dispor de boa habilidade em gerenciamento de projetos.
- h) **Traços pessoais:** os traços pessoais do bibliotecário 2.0 devem ser mais importantes que as habilidades, ou seja, o bibliotecário 2.0 deve ser adaptável, flexível, e persistente, para tentar novos assuntos e aprender com suas falhas.

Nos primórdios da biblioteca 2.0, King (2007) já havia analisado algumas competências do bibliotecário 2.0. Esse autor elaborou algumas competências que envolvem aspectos tecnológicos, conforme destaca a seguir: a) escrever e postar em um *blog*; b) adicionar fotos e vídeos para um *blog*; c) incorporar um widget em *blogs* e contas de redes sociais (como exemplo o MySpace); d) conhecimento de rede social – compreensão básica do Facebook, MySpace, Twitter, etc.; e) filmar, carregar para o sítio web e editar fotos; f) filmar, carregar para o sítio web e editar vídeos curtos; g) gravar, editar e carregar para o sítio web um *podcast*; h) usar mensagens instantâneas em diferentes formas; i) usar e explicar o funcionamento de leitores RSS para outros usuários; j) enviar e ler mensagens de texto SMS (do inglês, *Short Message System* ou Serviço de Mensagens Curtas); k) editar a aparência de um avatar²⁰⁴; l) habilidades básicas de console de jogos em seus vários formatos (Playstation, Xbox, Wii, etc.); m) capacidade de fazer a edição básica das linguagens HTML e CSS; n) saber como escolher um novo dispositivo (mp3 *player*, telefone celular etc.) e descobrir como usá-lo; e o) capacidade de aprender o básico de um novo serviço digital e em seguida ser capaz de avaliá-lo.

Estas competências tecnológicas, estabelecidas por King (2007), são complementadas por “habilidades 2.0” que fazem o profissional se tornar um bibliotecário 2.0, compreendendo: a) entender como todas as competências tecnológicas fazem funcionar numa biblioteca; b) entender como todas as competências tecnológicas complementam uma biblioteca física, tradicional; e c) o mais importante que é a capacidade de contar a história da biblioteca, por intermédio de vários meios de comunicação – escrita, fotografia, áudio e vídeo.

Neste sentido, para aumentar as competências do bibliotecário neste novo ambiente digital, é preciso ainda reconsiderar as cinco leis de Ranganathan²⁰⁵, instituídas para a Biblioteconomia, fazendo uma transposição para este novo ambiente, conforme Wah e Choh (2008, p. 8), destacam: 1) a informação é para ser usada; 2) a cada leitor a sua informação; 3) para cada informação o seu leitor; 4) poupe o tempo do leitor; 5) a biblioteca é uma organização em crescimento. Essa transposição de algo que era tangível (livro) para algo intangível (informação) tem fortificado como

²⁰⁴ Avatar segundo a Wikipedia (2013), significa na informática um ciber corpo inteiramente digital que ajuda a identificar o cibernauta no mundo do ciberespaço. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Avatar_\(realidade_virtual\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Avatar_(realidade_virtual))>. Acesso em: 23 fev. 2013.

²⁰⁵ 5 leis de Ranganathan original - 1ª. Os livros são para serem usados; 2ª. A cada leitor o seu livro; 3ª. Para cada livro o seu leitor; 4ª. Poupe o tempo do leitor; 5ª. A biblioteca é uma organização em crescimento.

os usuários e mantenedores concebem as bibliotecas e serviços de informação e o valor que deles deriva para a provisão de cada serviço.

Assim, o futuro da profissão depende de como os bibliotecários explorarão as oportunidades ou riscos dominantes no mundo, reforçam Wah e Choh (2008, p. 11). Conseqüentemente, a perspectiva centrada no usuário capacita bibliotecas e bibliotecários, para, dinamicamente, evoluir nas suas competências e manter-se relevante para os *stakeholders* e os usuários.

As competências do bibliotecário corporativo 2.0 irão depender fortemente do conhecimento técnico, conforme observa Feng (2006). Assim, estes profissionais da informação poderão ser classificados em duas categorias: o bibliotecário como facilitador de informação (em inglês, *information enabler*) e como criador de conhecimento (em inglês, *knowledge creator*). Como facilitador de informação, o bibliotecário oferecerá os recursos tecnológicos, treinamento e orientação para os usuários realizarem buscas por informação que tenham menor complexidade algo que pode ser visto na alfabetização informacional. Como criador de conhecimento, o bibliotecário repassa informações importantes que requerem o conhecimento de técnicas personalizadas de alerta para recuperar dados em certo período, como, por exemplo, a tecnologia RSS, e, também, a capacidade de criar ações voltadas para a inteligência competitiva, tendo consciência das tecnologias da Web 2.0 para o compartilhamento de conhecimento e aplicar estas tecnologias apropriadamente para o uso dos usuários finais de uma biblioteca, melhorando assim, os métodos de compartilhamento de conhecimento.

Desta forma, para destacar a figura do bibliotecário como criador de conhecimento, Bridges (2012) observa que os bibliotecários de universidade e de escola podem assumir a formação em redes sociais no ambiente acadêmico por meio de cursos e oficinas de instrução baseados no padrão de competências de informação proposto pela Association of College and Research Libraries - ACRL (em português, Associação de Bibliotecas Universitárias e de Pesquisa dos Estados Unidos).

Em se tratando do bibliotecário 2.0 como profissional responsável pelas comunidades *online* no ambiente das bibliotecas, e com isso pelas ferramentas presentes na Web Social, Marquina (2010) destaca a figura do *Community Manager* (gestor de comunidades *online*).

O *Community Manager*, para Fernández (2011), é um profissional que deve se converter na voz e ouvidos dos produtos e serviços, e portanto, da sua comunidade. Deve ainda identificar riscos e oportunidades e, sobretudo, resguardar a reputação *online* de seus produtos, serviços, marca ou companhia, por meio das oportunidades que lhes oferecem as plataformas de redes sociais mais adequadas para ele.

Ao observarmos novamente o *Community Manager* no espaço das bibliotecas, Marquina (2010) destaca que este personagem é a pessoa encarregada não somente pelas redes sociais, como

também por qualquer atividade ou função relacionada com a Internet, a presença da biblioteca na rede e a geração de conteúdos *online*.

As tarefas básicas do *Community Manager* seriam então, para Marquina (2010): a) ouvir e seguir as conversas feitas no espaço das redes sociais ou pela Internet (*blogs*, listas de discussão, Facebook, Twitter) que podem ser de interesse para a biblioteca; b) saber como se comunicar e criar uma conversa de uma forma ativa com os usuários da internet; c) gerir conteúdo por meio de *blogs*, *wikis*, fóruns e criar uma conversa de mídia social sobre este conteúdo; d) observar que um *Community Manager* não tem importância se não participar de uma comunidade, por isso é importante identificar potenciais líderes da comunidade para ajudar a enriquecer o conteúdo e conversas; e e) motivar o envolvimento dos funcionários da biblioteca no trabalho de comunicação, presença e conversa *online* por meio das redes.

As seguintes habilidades foram elaboradas para a figura do *Community Manager*, de acordo com Marquina (2010): a) ter conhecimento do mundo das bibliotecas e tudo o que tem a ver com este espaço e a profissão (isso fortalece a credibilidade e a reputação); b) compreender os objetivos da biblioteca e fazer um plano de ação por meio destes objetivos; c) ter uma boa escrita, comunicação e conversação, ou seja, ser claro e conciso; d) ter o gosto por novas tecnologias, Internet e Web 2.0; e) conhecer os canais adequados para a comunicação *online* (*blog*, Facebook, Twitter, etc.); f) ter a “Cultura 2.0”; g) ser firme e responder rápida e adequadamente sobre qualquer assunto a ser dirigido à biblioteca e as funções desempenhadas por ela; h) incentivar a criação de uma comunidade participativa, dinâmica e vibrante; i) aprender a tomar o lugar dos outros (empatia); e j) assertividade e compreensão dos pontos de vista e comentários feitos pelos usuários.

O bibliotecário precisa com isso de um novo conjunto de habilidades específicas para a utilização e aproveitamento das redes sociais e, assim, oferecer serviços de qualidade e manter seu papel como especialista de informação em um mundo Web 2.0. (MURPHY; MOULAISON, 2009). Neste sentido, é importante que o bibliotecário passe a tirar vantagem das últimas tecnologias presentes na Web Social para melhorar o aprendizado profissional e também a efetividade organizacional, conseqüentemente se tornando um bibliotecário conectado, do inglês “*connected librarian*” (STRANACK, 2012).

As seguintes competências, a seguir, são um conjunto de habilidades sugeridas por Murphy e Moulaison (2009, p. 329-330) para que os bibliotecários 2.0 sejam capazes de implantar estes serviços: interagir com os usuários das bibliotecas que estão presentes nestes sítios web 2.0, criando presença e conteúdo, avaliando e aplicando informações *online*, e ter a capacidade de ajudar os usuários das bibliotecas a ganhar com essa interação.

Baseado na lista de competências sugeridas por Murphy e Moulaison (2009), Giustini (2010) elaborou outra lista de dez competências que os bibliotecários devem possuir para trabalhar com as redes sociais em bibliotecas: 1) compreender, explicar e ensinar a outras pessoas os principais princípios e tendências da Web 2.0 (e da biblioteca 2.0); 2) listar as principais ferramentas, categorias e qualidades que as redes sociais oferecem; 3) aplicar as redes sociais para resolver problemas de informação e comunicação com os usuários de bibliotecas; 4) usar sítios web de redes sociais para referência, promoção e serviços de instrução/formação de usuários em bibliotecas; 5) navegar, avaliar e criar conteúdo em sítios da Web Social; 6) seguir uma netiqueta, obedecer as normas éticas e interagir adequadamente com outras pessoas *online*; 7) explicar questões de segurança, direitos autorais e privacidade em sítios web de mídia social para os colegas e a comunidade de usuários; 8) compreender o gerenciamento da identidade e reputação usando a mídia social; 9) explicar terminologia relacionada com colaboração 2.0, *remix* e código aberto; e 10) renovar competências de mídia social, defender estratégias e políticas institucionais e construir uma base de estudos relacionada com as redes sociais.

A adoção antecipada das ferramentas 2.0 pelos profissionais da informação pode ser comprovada em pesquisa realizada por Warr (2008), onde, no início de 2007, o banco de dados LexisNexis divulgou o resultado de um levantamento em território dos EUA, mostrando que 39% dos profissionais da informação acessavam *blogs* semanalmente e 34% acessavam *wikis* e, também vídeo e áudio *podcasts* eram usados somente em 16% e 15% respectivamente.

Ao observar uma óptica mercadológica em que a busca por empregos está cada vez mais acirrada nos EUA, o profissional bibliotecário precisa desenvolver habilidades tecnológicas para concorrer de igual para igual com outras profissões. Assim, ao examinar o que os empregadores norte-americanos querem de habilidades tecnológicas junto aos bibliotecários, Mathews e Pardue (2009) prepararam um conjunto de habilidades e exemplos daquilo que se busca. O quadro 30 exprime cada um dos conjuntos de habilidades tecnológicas que o bibliotecário norte-americano deve possuir e seus respectivos exemplos.

Quadro 30 – Conjunto de habilidades tecnológicas

| Habilidades | Exemplos/Definição |
|-----------------------------|---|
| Linguagens de Programação | Visual Basic, Java, C#, C, C++, SQL, etc. |
| Redes de computadores. | Administração de redes LAN, <i>Design</i> de Redes, Segurança de redes e gerenciamento de redes |
| Desenvolvimento Web | HTML/XML, Frontpage, Dreamweaver, Ferramentas de Autoria de páginas <i>web</i> , manutenção de sítios <i>web</i> , Web 2.0. |
| Gerenciamento de Projetos | Gerenciamento de projetos de TI, cronograma orçamento da produção, supervisão de pessoal de TI. |
| Desenvolvimento de Sistemas | <i>Design</i> e Análise de Sistemas, modelagem de objetos UML, Ferramentas CASE, criação de bancos de dados. |
| Sistemas aplicativos | Instalação de <i>software</i> , atualização de <i>software</i> , manutenção, instalação e resolução de problemas de <i>hardware</i> , execução de manutenção de sistemas e <i>backups</i> . |

Fonte: Mathews e Pardue (2009, p. 255).

As habilidades relacionadas com o Desenvolvimento Web são, entretanto, as que foram mais requeridas pelos empregadores dos EUA. Segundo estudo de Mathews e Pardue (2009), estas habilidades evoluem junto com a tecnologia disponível para a Internet. Com isso, os empregadores as solicitam como parte do conhecimento do bibliotecário. Uma explicação para isso é que cada vez mais os usuários de bibliotecas buscam informações utilizando as tecnologias disponíveis na Web sem a ajuda dos bibliotecários e, assim, isto requer que os bibliotecários norte-americanos tenham maior conhecimento no suporte às tecnologias web.

Assim, ao observarmos as listas de atividades, competências e habilidades sugeridas por King (2007), Murphy e Moulaison (2009), Giustini (2010) e Marquina (2010), pode-se destacar uma clara orientação para aplicação das redes sociais pelos bibliotecários nos serviços de referência, promoção e formação dos usuários em bibliotecas. Para isso, o bibliotecário deverá possuir uma “Cultura 2.0” que permita interagir de forma rápida e adequada às demandas solicitadas pelos usuários, estabelecendo com isso uma conversação ativa que permita à biblioteca melhorar a sua imagem e desenvolver sua reputação *online*. Essa capacidade de administrar as ferramentas 2.0, buscando contar a história da biblioteca por meio de textos, imagens, sons e vídeos, são aspectos que devem ser ressaltados pelos autores. Dentre os autores citados anteriormente, pode-se perceber de diferença a preocupação de Giustini (2010) em aspectos relacionados com a *netiqueta* e, também, questões de segurança que envolvam direitos autorais junto aos sítios da Web Social.

Estudo realizado em 230 sítios web de BU e 184 usuários, Yong-Mi e Abbas (2010) observaram que as ferramentas de RSS e *blogs* são muito adotadas pelas BU enquanto os usuários utilizam bastante a função de marcadores de página (*bookmark*).

Ao observar pela óptica de ensino dos cursos de Biblioteconomia dos EUA Aharony (2008) pesquisou escolas de Biblioteconomia nos EUA para determinar o nível de adoção da Web 2.0 pelos cursos. Ela notou que a expansão do currículo e a integração da Web 2.0 aos cursos deveriam melhorar a imagem e o *status* da Biblioteconomia e também dos cursos de graduação nesta área em comparação com outros cursos.

Aharony (2009) procurou também explorar algumas questões que levavam o bibliotecário a adotar as ferramentas 2.0. Por meio de várias indagações destacam-se algumas: os bibliotecários entendem o poder das oportunidades surgidas com a Web 2.0? Os bibliotecários já investigaram e adotaram estas novas tecnologias da Web 2.0? Os bibliotecários fomentam o uso de redes sociais e encorajam os usuários a desenvolver conteúdo e metadados? Os bibliotecários compreendem que quanto mais usuários melhor e sabem do papel dos *blogs* e *wikis*?

Baseada nisso, a autora procura saber que características pessoais dos bibliotecários, entre elas, a resistência à mudança, a avaliação cognitiva, a autocapacitação, a extroversão ou introversão, podem afetar o uso das plataformas da Web 2.0. Conclui que estas inovações forçam os

bibliotecários dos EUA a adquirirem novas habilidades e atitudes e leva-os a se adaptarem a este novo ambiente em constante mudança.

Mais recentemente, em Madri, o Conselho de Cooperação Bibliotecária (ESPAÑA - CONSEJO DE COOPERACIÓN BIBLIOTECÁRIA, 2013), grupo de trabalho de profissionais da área de Biblioteconomia, composto por professores dos cursos de Biblioteconomia e Documentação, chefes de redes de bibliotecas comunitárias, diretores de bibliotecas públicas, escolares, universitárias, nacional e técnicos de bibliotecas, se reuniram para definir os perfis mais demandados pelo mercado de trabalho e também elaborar um plano de formação contínua naquele país.

Desta reunião, surgiu um documento com a análise das competências profissionais no âmbito das bibliotecas de onde foram considerados 21 perfis profissionais para a profissão do bibliotecário; em particular ao assunto relacionado com a Web 2.0, baseado nas competências estabelecidas pelo grupo surgiu o perfil P.13 – “Bibliotecário encarregado da Web Social”, também denominado de *Community Manager*. O quadro 31 resume todas as características deste perfil.

Quadro 31 – Perfil do bibliotecário encarregado da Web Social na Espanha

| P.13 – Bibliotecário encarregado da Web Social. | |
|--|---|
| 1. Denominação: | Bibliotecário encarregado da Web Social |
| 2. Outras denominações: | Community Manager |
| 3. Missão: | Implementa e mantém as diversas aplicações da Web 2.0 na biblioteca para propor novos serviços e uma melhor comunicação com os usuários. |
| 4. Âmbito geral: | <ul style="list-style-type: none"> - Biblioteca Nacional. - Biblioteca regional ou central de uma comunidade autônoma (estadual). - Biblioteca universitária ou de instituição de ensino superior. - Biblioteca pública. - Biblioteca especializada. - Biblioteca escolar. - Biblioteca de ensino artístico, esportivo e de idiomas. |
| 5. Âmbito específico: | Área de informação da biblioteca |
| 6. Nível de qualificação: | <p>Técnico Nível 2: conhecimento das práticas. * Níveis que se desenvolvem as competências. Três níveis: Auxiliar. N 1: sensibilização. Técnico. N 2: conhecimento das práticas. Técnico superior. N 3: domínio das ferramentas (com um domínio metodológico).</p> |
| 7. Qualificação profissional: Grupo profissional da Administração pública de acordo com a titulação requerida para o acesso. | <p>Grupo A1 Técnico Superior ou equivalente Grupo A2 Técnico Médio ou equivalente</p> |

Fonte: (ESPAÑA – CONSEJO DE COOPERACIÓN BIBLIOTECÁRIA, 2013, p. 75).

O quadro 32 encerra os postos de trabalho e as funções relacionadas ao perfil do bibliotecário encarregado da Web Social.

Quadro 32 – Postos de trabalho e funções do bibliotecário encarregado da Web Social

| | |
|--|--|
| 8. Postos de trabalho: Denominações das vagas de emprego que irá ocupar. | - Bibliotecário encarregado da web social - <i>Community Manager</i> |
| 9. Funções: Atividades próprias do perfil. | -Liderar projetos de implantação das ferramentas da web social na biblioteca; -Planejar e manter a presença da biblioteca nas diferentes aplicações da web social; - Criar e manter um <i>blog</i> ; - Dominar redes sociais para manter um perfil da biblioteca; - Editar fotografias e vídeos e compartilhá-los em diferentes aplicações da web social; - Gravar, editar e publicar <i>podcasts</i> ; - Dominar as diferentes formas de correio eletrónico; - Criar e manter fluxos RSS; - Criar e manter documentos colaborativos por meio das <i>wikis</i> ; - Usar os <i>microbloggings</i> (Twitter, etc.) para a difusão de eventos e atividades da biblioteca; - Conhecer as opções e instrumentos existentes na hora de adaptar conteúdos para a web móvel; - Avaliar as ferramentas da Web 2.0 e estar atento para as novidades em função das necessidades dos usuários; - Fomentar a participação de todos os membros da biblioteca nas aplicações web 2.0; - Monitorar as conversações e opiniões que possam surgir nas redes sociais ou na Internet que falem sobre a biblioteca; - Participar no processo de definição do planeamento estratégico do centro; |
| 10. Funções associadas: Outro tipo de atividade que não tem relação direta, porém que pode se desenvolver. | |

Fonte: (ESPAÑA - CONSEJO DE COOPERACIÓN BIBLIOTECÁRIA, 2013, p. 75).

O quadro 33 destaca as competências que o bibliotecário encarregado da Web Social deve possuir.

Quadro 33 – Competências profissionais e pessoais do bibliotecário encarregado da Web Social

| 11. Competências: as mais importantes estão marcadas em negrito. | Competências profissionais | Competências pessoais |
|---|---|---|
| | I01– Relações com os usuários e os clientes I02– Compreensão do meio profissional I03– Aplicação do direito à informação I07– Recuperação da informação I12– <i>Design</i> de produtos e serviços T01 – <i>Design</i> informático de sistemas de informação documental T02– Desenvolvimento de sistemas aplicativos T03– Publicação e edição T04– Tecnologias de Internet T05– Tecnologias da informação e comunicação C01– Comunicação oral C02– Comunicação escrita C03– Comunicação audiovisual C04– Comunicação por meio da informática C05– Prática de uma língua estrangeira C06 – Comunicação interpessoal C07 – Comunicação institucional G08 – Formação e ações pedagógicas S01 – Saberes | A1. Autonomia A2. (Capacidade de) Comunicação A3. Disponibilidade A4. Empatia A5. (Espírito de) Equipe C1. (Espírito de) Análise C2. (Espírito) Crítico C3. (Espírito de) Síntese E1. Perseverança E2. Rigor F1. (Capacidade de) Adaptação F2. (Sentido de) Antecipação F3. (Espírito de) Decisão F4. (Espírito de) Iniciativa |

Fonte: (ESPAÑA - CONSEJO DE COOPERACIÓN BIBLIOTECÁRIA, 2013, p. 75).

Apesar de haver somente este perfil que faz referência direta a Web Social, em sua denominação presente no documento escrito pelo Conselho de Cooperação Bibliotecária (ESPAÑA - CONSEJO DE COOPERACIÓN BIBLIOTECÁRIA, 2013), outros perfis trazem referência ao trabalho, incorporando recursos eletrônicos presentes no ciberespaço ou a tecnologias da Internet - conforme pode ser visto, por exemplo, no perfil P17 - Especialista no Desenho de Recursos Eletrônicos e Multimídia (do castelhano, *Especialista en el diseño de recursos electrónicos y multimedia*) sendo este, ligado ao perfil de um *Webmaster* conhecedor de princípios de Arquitetura da Informação, incluindo a usabilidade e a acessibilidade da informação em sítios *web* de bibliotecas. Em relação aos demais perfis do documento alguns deles fazem referência à utilização, promoção, coordenação e aplicação de ferramentas tecnológicas e as suas respectivas funcionalidades e competências que se oferecem por meio da Internet podemos destacar os perfis P7 – Técnico responsável das Tecnologias da Informação (do castelhano, *Técnico responsable de Tecnologías de la Información*), P8 – Diretor da Rede de Bibliotecas (do castelhano, *Director de Red de Bibliotecas*), P9 – Bibliotecário de Referência (do castelhano, *Bibliotecario Referencista*), P10. Especialista em Formação de Usuários e Alfabetização Informacional (do castelhano, *Especialista en Formación de Usuarios y Alfabetización Informacional*), P11. Analista Documental, P14. Bibliotecário encarregado da Biblioteca Virtual e da Preservação Digital (do castellano, *Bibliotecario encargado de la Biblioteca Virtual y de la Preservación Digital*), P18. Bibliotecário Generalista (do castelhano, Bibliotecário Unipersonal), P19. Bibliotecário Escolar, P20. Bibliotecário Especializado por Fundos ou por Usuários (do castelhano, *Bibliotecario Especializado por Fondo o por Usuarios*), P21. Bibliotecário de Serviços para Crianças e Jovens (do castelhano, *Bibliotecario de Servicios para Niños y Jóvenes*).

González Fernandez-Villavicencio (2013b) menciona ainda o relatório que trata dos perfis dos profissionais de TIC mais demandados no âmbito dos conteúdos digitais na Espanha no período de 2012 a 2017, elaborados por Castillo-Serna *et. al.* (2013). Neste relatório, apesar de haver muitos perfis relacionados com a área de Biblioteconomia e Ciência da Informação existem alguns que poderiam entrar neste mesmo campo.

Assim, González Fernandez-Villavicencio (2013b) faz referência a dois perfis presentes neste relatório, o *Content Curator* e o Especialista *Big Data*, porém, Castillo-Serna *et. al.* (2013) não fazem referência ao profissional bibliotecário quando relacionam o perfil de *Community Manager*.

Desta forma, ao observarmos as listas de atividades, competências e habilidades sugeridas por Feng (2006), King (2007), Mathews e Pardue (2009), Murphy e Moulaison (2009), Giustini (2010), Partdrige, Lee e Munro (2010) e Marquina (2010) pode-se destacar uma clara orientação para aplicação das redes sociais pelos bibliotecários nos serviços de referência, promoção e

formação dos usuários em bibliotecas. Para isso, o bibliotecário deverá ter uma “Cultura 2.0” que permita interagir de forma rápida e adequada às demandas solicitadas pelos usuários, estabelecendo com isso uma conversa ativa que permita à biblioteca melhorar a sua imagem e desenvolver a sua reputação *online*. Essa capacidade de administrar as ferramentas 2.0, buscando contar a história da biblioteca por meio de textos, imagens, sons e vídeos são aspectos ressaltados pelos autores. Dentre os citados anteriormente, percebe-se como diferença a preocupação de Giustini (2010) em aspectos relacionados com a *netiqueta* e, também, a formação do bibliotecário para entender questões de segurança que envolvam direitos autorais junto aos sítios da Web Social.

A possibilidade de uso das ferramentas da Web 2.0 nos serviços de referência pode levar, a efeito de análise, a se considerar algumas das competências e habilidades de um bibliotecário de referência para elaborar uma lista de competências do “Bibliotecário 2.0”. Assim, Luo (2012, p. 45) cita como competências essenciais para o bibliotecário de referência: a) capacidade de conduzir uma entrevista de referência; b) conhecimento dos métodos e técnicas de referência; c) conhecimento dos padrões de impressão e recursos eletrônicos; d) habilidades de comunicação e relacionamento interpessoal; e) habilidades tecnológicas; f) habilidades de instrução/formação; g) capacidade de aplicar políticas e procedimentos da biblioteca; h) atributos ou traços pessoais; i) habilidade de pensamento crítico e analítico; j) habilidade de gestão e supervisão; e k) comprometimento com os serviços dos usuários.

No Canadá, estudo elaborado por Ingles *et al.* (2005) indicou que as competências essenciais de um bibliotecário especializado incluem: poder responder as questões com flexibilidade, inovação, pode lidar com vários tipos de usuários, pode lidar com alta carga de trabalho, habilidades interpessoais, habilidades de comunicação, habilidades generalistas (que pode levar a trabalhar em diversas áreas), habilidades de tecnologia da informação, potencial de liderança e habilidades gerenciais. É possível, com isso, observar neste caso que o bibliotecário especializado possui habilidades comuns às do bibliotecário de referência.

No sentido de fazer breve análise destas competências e habilidades destacadas pelos autores que relacionam as competências do Bibliotecário 2.0, elaborou-se a seguinte categoria de competências e habilidades: a) habilidades tecnológicas; b) habilidades de comunicação e relacionamento interpessoal; c) habilidades de gestão e supervisão; d) habilidades de instrução/formação; e e) atributos ou traços pessoais. Para que estas categorias tenham caráter orientador destacou-se cada uma das competências e habilidades relacionadas com Bibliotecário 2.0 pelos autores citados anteriormente. Em seguida, utilizou-se das classificações propostas por Feng (2006) de bibliotecário corporativo 2.0 como facilitador de informação e criador de conhecimento para poder elaborar o quadro 34.

Quadro 34 – Lista de competências e habilidades do Bibliotecário 2.0

| CATEGORIAS | | COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS E PESSOAIS | COMPETÊNCIAS E HABILIDADES EXPRESSAS (continua) |
|--|---------------------------|---|--|
| HABILIDADES TECNOLÓGICAS (T) | Facilitador de Informação | <ul style="list-style-type: none"> • I07– Recuperação da informação • I12– <i>Design</i> de produtos e serviços • T01 – <i>Design</i> informático de sistemas de informação documental; • T02– Desenvolvimento de sistemas aplicativos; • T03– Publicação e edição; • T04– Tecnologias de Internet; • T05– Tecnologias da informação e comunicação; • S01. Saberes. | <ul style="list-style-type: none"> • Escrever e postar em um <i>blog</i>; • Adicionar fotos e vídeos para um <i>blog</i>; • Incorporar um <i>widget</i> em <i>blogs</i> e contas de redes sociais; • Conhecimento de rede social – compreensão básica do Facebook, MySpace, Twitter, etc.; • Filmar, carregar para o sítio web e editar fotos • Filmar, carregar para o sítio web e editar vídeos curtos; • Gravar, editar e carregar para o sítio web um <i>podcast</i>; • Usar mensagens instantâneas em diferentes formas; • Enviar e ler mensagens de texto SMS; • Usar leitores RSS para disseminar informações para os usuários; • Editar a aparência de um avatar; • Habilidades básicas de console de jogos em seus vários formatos (Playstation, Xbox, Wii, etc.); • Capacidade de fazer a edição básica das linguagens HTML e CSS; • Saber como escolher um novo dispositivo (mp3 <i>player</i>, celular, etc.) e descobrir como usá-lo; • Capacidade de aprender o básico de um novo serviço digital e em seguida ser capaz de avaliá-lo. • Tecnologia: compreensão das tecnologias da Web 2.0. • Listar as principais ferramentas, categorias e qualidades que as redes sociais oferecem; • Conhecimento de linguagens de programação; • Desenvolvimento Web; |
| HABILIDADES DE INSTRUÇÃO/ FORMAÇÃO (I) | | <ul style="list-style-type: none"> • G08 – Formação e ações pedagógicas; • I03– Aplicação do direito à informação | <ul style="list-style-type: none"> • Explicar o funcionamento de leitores RSS para outros usuários; • Tirar vantagem das últimas tecnologias presentes na Web Social para melhorar o seu aprendizado profissional e também a efetividade organizacional; (RG) • aprendizado constante das tecnologias da Web 2.0, e disposto a nelas se engajar. • Compreender, explicar e ensinar a outras pessoas os principais princípios e tendências da Web 2.0 (e da biblioteca 2.0); • Explicar questões de segurança, direitos autorais e privacidade em sítios web de mídia social para os colegas e a comunidade de usuários; • Explicar terminologia relacionada com colaboração 2.0, <i>remix</i> e código aberto; • Usar sítios web de redes sociais para referência, promoção e serviços de instrução/formação de usuários em bibliotecas; |

Fonte: Elaborado pelo autor. (continua)

Nota: Aquelas competências que estão em negrito podem se repetir em outras categorias. RG- Repete em Gestão. RA – Repete em atributos pessoais. RC – Repete em Habilidades de Comunicação.

| CATEGORIAS | | COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS E PESSOAIS | COMPETÊNCIAS E HABILIDADES EXPRESSAS (continua) |
|---|-------------------------|---|---|
| HABILIDADES DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO INTERPESSOAL (C) | Criador de Conhecimento | <ul style="list-style-type: none"> • I01– Relações com os usuários e os clientes; • C01– Comunicação oral; • C02– Comunicação escrita; • C03– Comunicação audiovisual; • C04– Comunicação por meio da informática; • C05– Prática de uma língua estrangeira; • C06 – Comunicação interpessoal; • C07 – Comunicação institucional; • A2. (Capacidade de) Comunicação; | <ul style="list-style-type: none"> • Interagir com os usuários das bibliotecas que estão presentes nestes sítios Web 2.0; • habilidade de se engajar na comunicação oral e escrita em diversos formatos e mídias; • Ser firme e responder rápida e adequadamente sobre qualquer assunto a ser dirigido à biblioteca e as funções desempenhadas por ela; (RA) • ter uma boa escrita, comunicação e conversação, ou seja, ser claro e conciso; • Conhecer os canais adequados para a comunicação <i>online</i> (<i>blog</i>, Facebook, Twitter, etc.); • Aplicar as redes sociais para resolver problemas de informação e comunicação com os usuários de bibliotecas; • Seguir uma <i>netiqueta</i>, obedecer as normas éticas e interagir adequadamente com outras pessoas <i>online</i>; • O mais importante que é a capacidade de contar a história da biblioteca, por meio de diversos meios de comunicação – escrita, fotografia, áudio e vídeo; • Saber como se comunicar e criar uma conversa de uma forma ativa com os usuários da internet; • Gerir conteúdo por meio de <i>blogs</i>, <i>wikis</i>, fóruns e criar uma conversa de mídia social sobre este conteúdo; • participar de uma comunidade, por isso é importante identificar potenciais líderes da comunidade para ajudar a enriquecer o conteúdo e conversas; • Criar presença e conteúdo online; (RG) |
| HABILIDADES DE GESTÃO E SUPERVISÃO (G) | | <ul style="list-style-type: none"> • I02– Compreensão do meio profissional; • C1. (Espírito de) Análise; • C2. (Espírito) Crítico; • C3. (Espírito de) Síntese; • F3. (Espírito de) Decisão; | <ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa ou prática baseada em evidências: habilidade da pesquisa pode ajudar a tomar as melhores decisões, desenvolver as melhores práticas e estabelecer <i>benchmarking</i>. • Compreensão de negócio: habilidade em gerenciamento de projetos de TI; • Compreender o gerenciamento da identidade e reputação usando a mídia social; • renovar competências de mídia social, defender estratégias e políticas institucionais e construir uma base de estudos relacionadas com as redes sociais; • compreender os objetivos da biblioteca e fazer um plano de ação por meio destes objetivos; • ter conhecimento do mundo das bibliotecas e tudo o que tem a ver com este espaço e a profissão (isso fortalece a credibilidade e a reputação); • avaliar e aplicar informações <i>online</i>; • entender como todas as competências tecnológicas complementam uma biblioteca física, tradicional; • Ouvir e seguir as conversas feitas no espaço das redes sociais ou pela Internet (<i>blogs</i>, listas de discussão, Facebook, Twitter) que podem ser de interesse para a biblioteca; • motivar o envolvimento dos funcionários da biblioteca no trabalho de comunicação, presença e conversa <i>online</i> por meio das redes; • Navegar, avaliar e criar conteúdo em redes sociais; |

Nota: Aquelas competências que estão em negrito podem se repetir em outras categorias. RG- Repete em Gestão. RC – Repete em Habilidades de Comunicação.

| CATEGORIAS | | COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS E PESSOAIS | COMPETÊNCIAS E HABILIDADES EXPRESSAS (conclui) |
|--|--------------------------|--|---|
| ATRIBUTOS OU TRAÇOS PESSOAIS (A) | Características Pessoais | <ul style="list-style-type: none"> • A1. Autonomia; • A3. Disponibilidade ; • A4. Empatia; • A5. (Espírito de) Equipe; • E1. Perseverança; • E2. Rigor; • F1. (Capacidade de) Adaptação; • F2. (Sentido de) Antecipação; • F4. (Espírito de) Iniciativa; • INOVAÇÃO | <ul style="list-style-type: none"> • Traços pessoais: adaptável, flexível, e persistente; • empatia, busca ativamente o uso das tecnologias emergentes para fornecer aos usuários uma voz; • aprender a tomar o lugar dos outros; (RC) • assertividade e compreensão dos pontos de vista e comentários feitos pelos usuários; • colaboração e trabalho em equipe: construir relacionamentos e parcerias e estabelecer redes com indivíduos e grupos; • capacidade de aprender o básico de um novo serviço digital e em seguida ser capaz de avaliá-lo; • ter o gosto por novas tecnologias, Internet e Web 2.0; • ter a “Cultura 2.0”; • incentivar a criação de uma comunidade participativa, dinâmica e vibrante; • Ter a capacidade de ajudar os usuários das bibliotecas a ganhar com essa interação; (RC) • Buscar a inovação constante. |

Fonte: Elaborado pelo autor. (conclui)

De outro modo, Srivastava (2009) procura complementar com a questão da Web 2.0 no currículo dos cursos de Biblioteconomia. A autora alega que as escolas de Biblioteconomia precisam atualizar o seu currículo, para acomodar estas tecnologias da *web* e preparar seus estudantes com a competência necessária para atender às demandas de mercado.

Portanto, para ajudar o leitor deste trabalho, elaborou-se o quadro 35, destacando a fonte e o tópico discutido relacionados ao tema Biblioteca 2.0 para que se possa visualizar melhor esta temática.

Quadro 35 – Tópicos e fontes de outros países sobre Biblioteca 2.0

| Tópico apresentado | Fonte/Autor/Ano |
|---------------------------------|--|
| Casos de Biblioteca 2.0 | Schwamm, Stephens e Cleeve (2009) |
| Boas Práticas de Biblioteca 2.0 | Tripathi e Kumar (2010) |
| Riscos da Biblioteca 2.0 | Kelly <i>et al.</i> (2009), Rudman (2010) |
| Adoção da Biblioteca 2.0 | Warr (2008), Aharony (2008; 2009), Schwamm, Stephens e Cleeve (2009) Yong-Mi e Abbas (2010) |
| Bibliotecário 2.0 | Feng (2006), King (2007), Wah e Choh (2008), Jurvanen (2008), Xu, Ouyang e Chu (2009), Mathews e Pardue (2009), Murphy e Moulaison (2009), Giustini (2010), Marquina (2010), Partridge, Lee e Munro (2010), Fernández (2011) |
| Biblioteca Universitária 2.0 | Habib (2006), Dora e Maharana (2008), Yong-Mi e Abbas (2010), Burkhardt (2010), Tripathi e Kumar (2010), Fang e Li (2013). |
| Biblioteca Pública 2.0 | Jurvanen, (2008), Cahill (2011) |
| Biblioteca Nacional 2.0 | Schwamm, Stephens e Cleeve (2009), Buígues-Garcia e Gimenez-Chornet (2012) |

Fonte: Elaborado pelo Autor (2013).

Síntese da seção

Para tanto, selecionou-se, a seguir, os resultados obtidos dos modelos de Biblioteca 2.0 e, mais especificamente, dos modelos de Biblioteca Universitária 2.0, considerando neste contexto o perfil do bibliotecário 2.0 que trabalhará com as redes sociais neste tipo de biblioteca:

- a definição de conceitos e modelos de biblioteca 2.0 observando as tipologias de usuários e bibliotecários que participarão deste processo;
- a importância das bibliotecas assimilarem a filosofia de participação promovida pela Web 2.0; e
- a importância de um perfil de bibliotecário com características, habilidades e competências que envolvam o uso, a apropriação e a análise de produtos e serviços tecnológicos.

Logo em seguida, este trabalho observa algumas tendências do uso das ferramentas 2.0, trazendo alguns casos práticos de aspectos verificados na adoção das redes sociais em bibliotecas pelo mundo afora.

4.3 Modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias

O objetivo desta seção é explicar como se chegou à formulação do modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias, proposto nesta tese, e apresentar as respectivas fases: a criação de perfil, a publicação de conteúdo, interação com o usuário, criação de conteúdo pelo usuário, estabelecimento de normas de uso e avaliação das métricas de uso.

Após identificar os modelos de biblioteca universitária 2.0 e suas características (HABIB, 2006; DORA; MAHARANA, 2008; XU; OUYANG; CHU, 2009; YONG-MI; ABBAS, 2010; BURKHARDT, 2010; TRIPATHI; KUMAR, 2010) como podem ser observados aqui nesta tese, a análise do modelo de Biblioteca Universitária 2.0 parte das particularidades presentes nos Usuários 2.0, Bibliotecários 2.0 e nas plataformas de redes sociais que disponibilizam a interação que facilita a criação de conteúdo pelo usuário em um Catálogo OPAC.

Os três componentes do modelo de Biblioteca Universitária 2.0 propostos por Xu, Ouyang e Chu (2009), o bibliotecário 2.0, o usuário 2.0 e a informação 2.0, são dinâmicos e interactivos, fazendo com que a capacidade de criar conteúdo pelo usuário nas redes sociais, que serão observadas nesta tese, estejam presentes no catálogo OPAC 2.0.

O bibliotecário “posta” informações frequentemente para os usuários vinculados ao perfil próprio disponibilizado pela biblioteca universitária nas redes sociais, *blogs* e nos *microblogs*.

Outras plataformas de *softwares* que adotam a filosofia da Web 2.0 poderiam também ser observadas como os *sites* que compartilham vídeos e fotos, como, por exemplo o Youtube, o Flickr e, mais recentemente pelo Pinterest, que são muito adotados pelas bibliotecas universitárias espanholas; assim como, os sítios *web* que são agregadores de conteúdo RSS que foram adotados pelas bibliotecas universitárias especializadas com o intuito de disponibilizar um amplo conjunto de notícias e informações sobre determinado assunto, citando neste caso o sítio web Netvibes.

Contudo nota-se que estes apresentados por último trazem pouca interatividade no espaço das bibliotecas. Com isso, faremos uma aproximação dos que mostram uma maior interação do bibliotecário com o usuário de bibliotecas universitárias para trazer subsídios para esta pesquisa.

Outro aspecto a ser considerado, em se tratando de bibliotecas universitárias, é o fato de haver diversas bibliotecas presentes em cada uma das faculdades que fazem parte de um *campus*, fazendo com que o modelo da jornada de participação nas redes sociais destacado em Huba (2010) se apresente como algo real para estes espaços, podendo os cinco estágios serem observados no decorrer do desenvolvimento destas ferramentas tecnológicas pelo *campus* e posteriormente sendo incorporadas pela universidade como um todo em um “Projeto 2.0”. Este “Projeto 2.0” envolverá aspectos de comunicação e *marketing* que utilizarão como premissa o uso das tecnologias da Web Social.

Após definir o conteúdo que será criado e a forma como ele será comunicado com os usuários, o assunto será “postado” no perfil da rede social ou no *microblog* pelo bibliotecário. Assim, ele passa a assumir a dinâmica da Informação 2.0, proposta por Xu, Ouyang e Chu (2009), podendo gerar interesse dos usuários que podem comentar, “curtir” ou simplesmente ler e manterem-se atualizados.

Neste momento, o infográfico da escada tecnográfica social, criado por Li e Bernoff (2011), pode auxiliar a biblioteca a identificar que tipo de usuário poderá compor o ambiente em que se encontrarão as redes sociais para, desta maneira, conceber um conteúdo apropriado para a tipologia dos usuários encontrados neste levantamento.

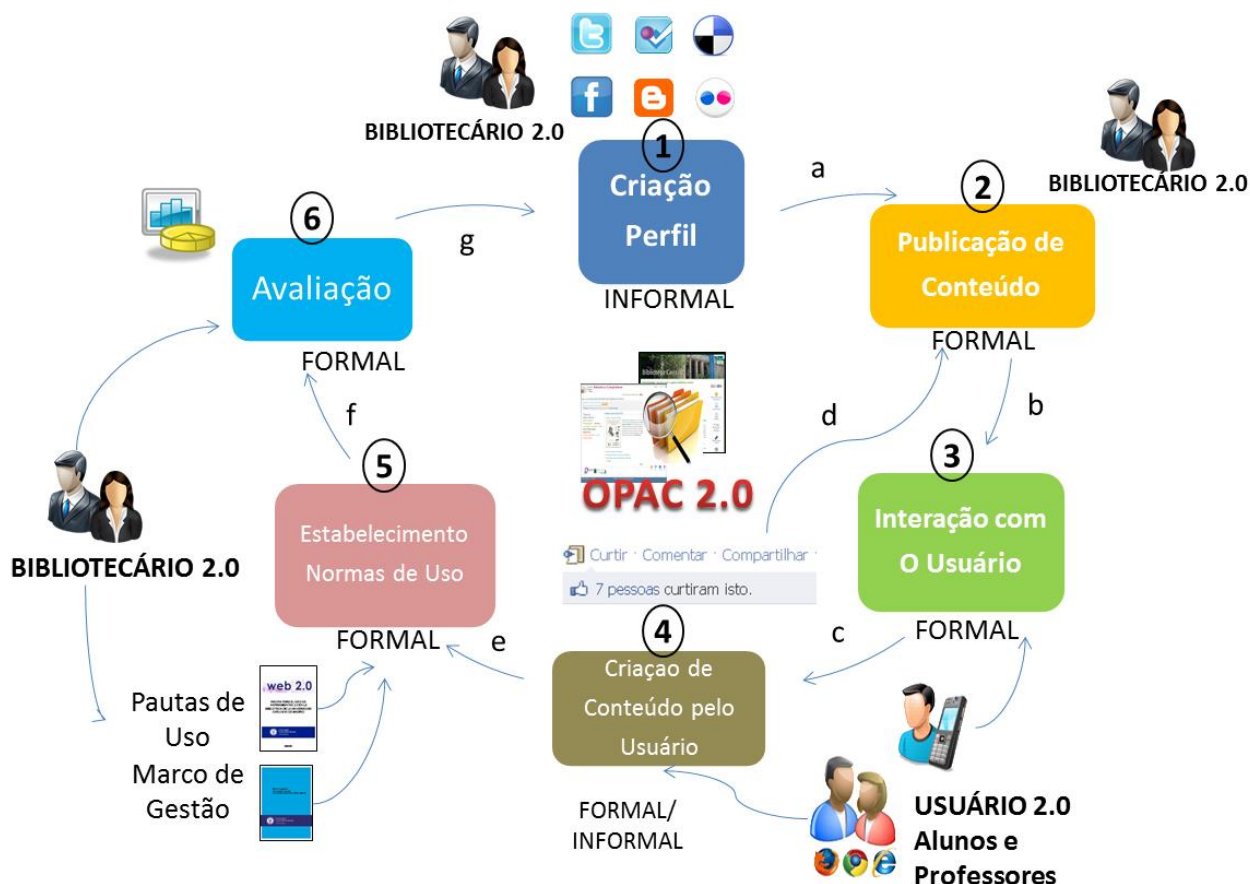
A forma como se dará esta interação dependerá do nível de engajamento do usuário conforme a pirâmide do engajamento de Li (2010). Este engajamento dependerá também da possibilidade de cocriação da experiência *online*, que a biblioteca/bibliotecário oferecerá ao usuário conforme observado por Gerolimos (2011).

Um tutorial que traz apenas um vídeo institucional da biblioteca talvez não seja tão interativo quanto um tutorial que leva o usuário a realizar tarefas durante o seu andamento para atingir um objetivo como se fosse uma instrução *online*. Assim, dependendo da mídia social adotada pela biblioteca para se comunicar com os usuários, esta poderá ter alguns níveis de interação diferentes daqueles adotados por outras plataformas; ou seja, conforme De Lange (2011)

indica, para se obter o sucesso no ambiente da Web Social, é preciso observar a experiência oferecida ao usuário de bibliotecas.

O modelo conceitual a seguir, desenvolvido nesta tese representa as fases de adoção das redes sociais pela Biblioteca observando alguns aspectos que aqui foram denominados: a criação do perfil, a publicação de conteúdo, a interação do usuário a partir do conteúdo publicado, a criação de conteúdo pelo usuário, o estabelecimento de normas de uso e a avaliação das métricas de uso, conforme a figura 45.

Figura 45 – Modelo de adoção das redes sociais nas bibliotecas universitárias



Fonte: Elaborada pelo autor.

A fase um, que é a de “Criação do Perfil”, representa o início da adoção das plataformas da Web Social na biblioteca. É preciso observar como foram realizados o planejamento e a implantação das redes sociais nas bibliotecas procurando avaliar qual foi o perfil de bibliotecário escolhido para ser o responsável por elas e de que forma as plataformas estão sendo atualizadas por estes profissionais. Neste caso, o planejamento básico para a adoção das redes sociais em bibliotecas sugerido por Lloret-Romero (2011), poderá ajudar a definir os objetivos a serem alcançados e quais serão as estratégias a serem desenvolvidas para colocar as ferramentas 2.0 em execução.

É importante também observar as características da biblioteca universitária em que estão sendo adotadas as redes sociais, o que envolve aspectos tecnológicos (sistema de gestão do acervo,

catálogo OPAC, versão de sistema, tecnologia móvel), aspectos humanos (quantidade de usuários, treinamento, interação com as mídias etc) e também de planejamento (estratégias, objetivos, indicadores). Assim, o método POST (Pessoas, Objetivos, Estratégias e Tecnologias) elaborado por Bernoff (2007) poderá ajudar a biblioteca a implantar estas ferramentas neste espaço, com a finalidade de alcançar os objetivos propostos a elas de forma eficaz. Para complementar o método POST, o sistema OASIS proposto por Mason (2008) pode ajudar na integração das plataformas da Web Social ao ambiente *online* da biblioteca universitária, considerando também o aspecto da sustentação destes serviços tecnológicos, que se utilizarão delas para se comunicar com os usuários.

Neste momento, o bibliotecário escolhe a forma como a biblioteca se apresentará perante a rede social escolhida, conforme destacou Margaix-Arnal (2008) ou no *microblog*. Embora muitos bibliotecários tenham seu próprio perfil social, este perfil a ser criado irá representar a biblioteca perante os seus usuários que podem ser internos ou externos à instituição. Em seguida, a biblioteca deve definir com a adoção das redes sociais que objetivos pretende obter com essas ferramentas. Trata-se de situação semelhante a que ocorre em outras instituições que adotam as ferramentas 2.0 em que existe uma evolução de uma situação *Ad hoc* com iniciativas desestruturadas até a etapa funcional onde as iniciativas estarão integradas com as atividades, conforme pode ser visto no modelo de maturidade das redes sociais, proposto pela M&I Partners (2011).

Assim, deverão ser considerados aspectos humanos de etiqueta no ciberespaço (“*netiqueta*”) conforme destaca Weinberg (2008), e também a comunicação da informação na instituição, envolvendo a capacitação e determinação das características dos equipamentos necessários para o seu uso, com o intuito de se obter êxito neste processo.

A fase dois, que é a de “Publicação de Conteúdo”, representa a publicação de notícias, eventos, tutoriais, ou seja todo material necessário para a biblioteca poder se comunicar com os usuários. Neste caso, a comunicação assume perfil formal, onde a biblioteca está divulgando algo que é oficial para os seus usuários. Esta passagem para um perfil formal já foi destacada pelo modelo de maturidade das redes sociais, proposto pela M&I Partners (2011). Lloret-Romero (2011) reforça a ideia de que a definição do conteúdo a ser publicado passa pelos objetivos traçados nas estratégias de negócio que a biblioteca elaborou no momento em que se realizou o seu planejamento. Nesta fase 2, a BU deverá ter um olhar atento para o engajamento do seus usuários procurando observar as etapas que compõem o modelo das formas de engajamento das redes sociais de Verdoold e Frijlink (2009) permitindo definir qual conteúdo possibilitará uma aproximação com os usuários.

A fase três, que é a de “Interação com o Usuário”, representa as iniciativas que a biblioteca adota para interagir com o usuário utilizando das funcionalidades presentes nas redes sociais. O

“Modelo da Pirâmide do Engajamento” proposto por Li (2008)²⁰⁶ retrata esta fase de interação por meio do conteúdo publicado pela biblioteca, utilizando-se de uma destas funcionalidades; um compartilhamento por meio de uma rede social, um comentário a uma publicação também, por meio de uma rede social ou *blog*, até um *retweet* de uma publicação através de um *microblog*. Dependendo do interesse do usuário, este irá interagir em maior ou menor grau, conseqüentemente, isso possibilitará sua aproximação com a biblioteca. Cabe à BU promover ações em forma de concursos que usem ferramentas 2.0 ou enquetes baseadas em um conteúdo publicado, que motivem os usuários a interagir por meio dos perfis criados nas plataformas da Web Social. Cabe destacar aqui que a convergência tecnológica permite aos usuários da biblioteca fazer acesso a estas plataformas, que disponibilizam de funcionalidades para interagir, seja por intermédio de computador, ou dispositivos móveis como, *notebooks*, telefones celulares ou *tablets*. As letras “b” e “d” indicadas na figura 45 representam estes momentos.

A fase quatro, que é a de “Criação de Conteúdo pelo Usuário”, representa tudo aquilo que os usuários da BU fazem para avaliar e recomendar um conteúdo publicado, no perfil das redes sociais da biblioteca, ou no catálogo OPAC 2.0. Esta criação de conteúdo traz como resultado um contato social ou um conteúdo derivado daquele que a biblioteca publicou. Este conteúdo derivado pode ser formado por *tags*, vídeos ou fotos baseadas naquele livro disponibilizado pelo acervo, sugestão de leitura etc; que complemente ou inspire a criação de um novo conteúdo. O resultado da comunicação por parte do usuário pode ser informal, porém a resposta do bibliotecário será esta formal, porque estará representando a biblioteca. Van der Kooi (2010) destaca que o processo de criação de conteúdo será realizado a partir do momento em que a instituição estiver escutando e reagindo de forma ativa, ou seja, o bibliotecário assumir a “Cultura 2.0”. De Lange (2011) observa que as redes sociais podem atuar como desenvolvedoras de ideias, o que requer um esforço médio e, também, como agente de extensão da imagem da instituição e dos seus serviços. Neste caso, o esforço para o autor é acima da média para que isso seja alcançado. As letras “d” e “e”, da figura 45 irão representar este momento.

A fase cinco, que é a de “Estabelecimento de normas de uso”, será determinada pelo momento em que a biblioteca/instituição fixar uma linha de ação e gestão das atividades pertinentes ao emprego das redes sociais por ela. Para tanto, a biblioteca pode formalizar algum documento que estabeleça como será utilizada cada uma das plataformas 2.0 em que ela possui perfil. Além disso, a instituição a qual pertence a biblioteca, pode definir um documento que determine as diretrizes que serão observadas para o acompanhamento do uso destas ferramentas. Nesta fase, também será

²⁰⁶ O Modelo da pirâmide do engajamento está destacado na seção 2.2. Criação de conteúdo pelo usuário e a inovação em bibliotecas que encontra-se aqui nesta tese.

definido qual o perfil que será escolhido para o bibliotecário que interagirá com estas ferramentas 2.0 sociais, bem como que investimento ou capacitação serão necessários para este profissional lidar com as mídias selecionadas pela biblioteca. Por último, pode ser formalizado que tipo de informação será disponibilizada nos perfis que a biblioteca criou nas plataformas da Web Social. Nesta fase, pode-se observar o modelo apresentado no “Método Post” proposto por Bernoff (2007), para que seja possível estabelecer para que usuários serão dirigidas as redes sociais, qual o objetivo que a biblioteca deseja alcançar com a sua adoção e, assim, planejar, por meio do estabelecimento de normas de uso, como será o relacionamento com os usuários da biblioteca de acordo com as plataformas que forem adotadas.

A fase seis, que é a de “Avaliação”, representa o momento em que as atividades/ações realizadas nessas ferramentas *online* serão medidas e analisadas pela direção da biblioteca para um incremento nas atividades ou cancelamento de perfil, caso o retorno não tenha sido positivo. Com isso, a etapa de avaliação poderá observar o monitoramento de indicadores e métricas que foram destacados por González Fernández-Villavicencio *et al.* (2013) para alcançar o retorno sobre o investimento nos projetos que envolvem a utilização de plataformas de aplicações para a Web Social. Vale ressaltar, o fato de que, o universo de métricas para acompanhar o uso das redes sociais é muito grande, cumprindo ao gestor da biblioteca definir quais ele irá trabalhar para justificar o valor que representa a adoção dessas ferramentas 2.0 para a sua biblioteca.

Neste momento, por meio de objetivos ligados ao planejamento estratégico, parâmetros a serem observados e indicadores estabelecidos no documento elaborado pela instituição, será feito o acompanhamento dos parâmetros de uso das redes sociais pela biblioteca. Para que a biblioteca obtenha o resultado esperado ao adotar as ferramentas 2.0, ela pode considerar o “modelo dos quatro estágios do Retorno sobre o Investimento”, criado por Bartholomew (2008), para verificar a exposição que elas oferecem, o engajamento dos usuários com as ferramentas 2.0 adotadas e, a influência que a biblioteca representa perante os seus usuários para promover os serviços. Essa avaliação da biblioteca pode ainda abordar o “modelo do retorno sobre o investimento em redes sociais” proposto por Weinberg (2010), conforme os objetivos estratégicos preconizados por González Fernández-Villavicencio *et al.* (2013) e, os parâmetros e indicadores sugeridos por Arroyo-Vázquez (2013). Assim, a capacidade de criação de experiências *online* será o resultado da organização das ora descritas para desenvolver o aspecto da interação do bibliotecário com o usuário por meio das redes sociais presentes nas plataformas 2.0 ligadas ao catálogo OPAC da biblioteca universitária. Para resumir cada uma das fases do modelo de adoção das redes sociais em BU elaborou-se o quadro 36 que faz a relação de autores estudados e aspectos observados na concepção do modelo.

Quadro 36 – Relação de autores/modelo e aspectos observados na concepção do modelo de adoção

| Modelo de Adoção das Redes Sociais em Bibliotecas Universitárias | | | |
|--|---|---|--|
| Fase da Adoção | Autores/Modelo/Descrição | Aspectos observados | |
| 1 | <i>Criação do Perfil</i> | <p>- Margaix-Arnal (2008) – identifica o “modelo de presença da biblioteca nas redes sociais” nele a biblioteca pode participar de uma rede social por meio de perfis de usuários, grupos de usuários ou páginas.</p> <p>- M&I Partners (2011) – o “Modelo de maturidade das redes sociais” vai procurar definir com a adoção das ferramentas 2.0 saber que objetivos pretende obter com a criação do perfil dessas buscando integrar as funções que antes eram desestruturadas.</p> <p>- Lloret-Romero (2011) – Estabelece um planejamento básico para a adoção das redes sociais em bibliotecas que ajuda a definir os objetivos a serem alcançados e quais serão as estratégias a serem desenvolvidas para colocar as redes sociais em execução.</p> <p>- Bernoff (2007) – O “Método POST” (Pessoas, Objetivos, Estratégias e Tecnologias) ajuda a biblioteca a implantar as ferramentas 2.0 visando o alcance dos objetivos propostos a elas de forma eficaz.</p> | <p>- Weinberg (2008) – são considerados aspectos humanos de etiqueta no ciberespaço (<i>Netiqueta</i>).</p> <p>- A comunicação da informação na biblioteca universitária procura ver aspectos humanos (a capacitação/formação e conhecimento dos bibliotecários 2.0) e os aspectos tecnológicos necessários para atender aos usuários 2.0 (catálogo OPAC 2.0, formatação do sítio web da Biblioteca para dispositivos móveis) para definir os objetivos e estratégias para atendê-los.</p> |
| 2 | <i>Publicação de Conteúdo</i> | <p>- M&I Partners (2011) – o “Modelo de maturidade das redes sociais” O conteúdo deve ser publicado de forma diária para manter os usuários mais próximos.</p> <p>- Verdoold e Frijlink (2009) – o “Modelo das formas de engajamento das redes sociais” estabelece que o engajamento do usuário nas redes sociais das bibliotecas universitárias deverá também observar a passagem das etapas de “observação” até a etapa de “inovação” permitindo assim, que ocorram comentários que gerem a participação dos usuários que permita à biblioteca oferecer inovações nos seus serviços.</p> | <p>Lloret-Romero (2011) reforça que a definição do conteúdo a ser publicado passa pelos objetivos traçados nas estratégias de negócio que a biblioteca elaborou no momento em que se realizou o seu planejamento.</p> <p>- Aspectos considerados: comentários dos usuários e bibliotecários, conteúdos que promovam a interação com o usuário na fase seguinte.</p> |
| 3 | <i>Interação com o Usuário</i> | <p>- Li (2010) – o “Modelo da pirâmide do engajamento”, destaca cinco níveis - observando, compartilhando, comentando, produzindo e conservando o conteúdo - que precisam ser alcançados e identificados para fazer com que as pessoas ajudem na interação e na criação de conteúdo para a instituição.</p> | <p>- A necessidade de um estudo de um usuário faz com que o assunto abordado provoque uma resposta do usuário ao assunto publicado. Neste caso, Li e Bernoff (2011) consideram o “modelo do Infográfico da Escada Tecnográfica Social” para ajudar a identificar sete grupos de usuários das redes sociais e, assim, saber quem são eles e qual o nível de interatividade.</p> |
| 4 | <i>Criação de Conteúdo pelo Usuário</i> | <p>- Xu, Ouyang e Chu (2009) – o “Modelo de Biblioteca Universitária 2.0” contempla a ativa participação dos usuários 2.0 (estudantes, professores e funcionários da instituição) interagindo com os bibliotecários 2.0.</p> <p>- Van der Kooi (2010) – o “modelo da pirâmide das redes sociais” destaca que o processo de criação de conteúdo será realizado a partir do momento em que a biblioteca estiver escutando e reagindo de forma ativa, ou seja, o bibliotecário assumir a “Cultura 2.0”.</p> | <p>- Iniciativas de Interação em <i>blogs</i>:</p> <p>a) clube da leitura; b) concursos de fotografia; c) sugestões de livros, CDs, DVDs.</p> <p>- Iniciativas de interação nas redes sociais: a) enquetes para saber necessidades dos usuários; b) grupos de discussão; c) temas mais relevantes; d) assuntos mais lidos e mais comentados; e) clubes de leitura.</p> |

| | | | |
|---|---|---|--|
| 5 | <i>Estabelecimento de normas de uso</i> | <p>- Bernoff (2007) – O “Método Post” pode ajudar a definir que tipo de usuário será abordado e que tecnologia será utilizada para atingir os objetivos e estratégias das redes sociais adotadas pela instituição. A partir disto, pode-se criar um documento que apresente de que forma as ferramentas 2.0 serão utilizadas para permitir o acompanhamento e o estabelecimento de indicadores para gerenciá-las.</p> | <p>Observar como exemplos de normas de uso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Documento de Pautas de Uso da Universidade Carlos III de Madri (UC3M); - Documento de Marco de Gestão com indicadores também da UC3M. |
| 6 | <i>Avaliação das redes sociais</i> | <p>- Bartholomew (2008) - O “modelo dos quatro estágios do retorno sobre o investimento” ajuda a verificar a exposição que as redes sociais oferecem, o engajamento dos usuários com as ferramentas 2.0 adotadas e a influência que a biblioteca representa perante os seus usuários para promover os seus serviços.</p> <p>- Weinberg (2010) - o “modelo do retorno sobre o investimento em redes sociais” contempla cinco categorias de métricas – alcance, frequência e tráfego, influência, conversações e transações e sustentabilidade - usadas para avaliar e determinar o Retorno sobre o Investimento (ROI) feito neste tipo de projeto.</p> | <p>- Observar os objetivos estratégicos propostos por González Fernández-Villavicencio et al. (2013) e os parâmetros e indicadores propostos por Arroyo-Vázquez (2013).</p> |

Fonte: Elaborado pelo autor.

A próxima seção destaca o referencial teórico-metodológico desta pesquisa indicando a maneira como foi desenvolvida a pesquisa.

4.4 Referencial teórico-metodológico

Esta pesquisa é de natureza qualitativa, com exame das principais teorias sobre a Biblioteca 2.0, e tem como objetivo analisar o processo de adoção das redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas, procurando avaliar quais ferramentas 2.0 a biblioteca universitária deve ter para usufruir de uma interação dos bibliotecários com os usuários.

Triviños (1987) ensina que a pesquisa qualitativa exprime duas dificuldades para sua real compreensão. A primeira decorre da necessidade de se delimitar a abrangência do enfoque qualitativo, sua generalidade e especificidade. A segunda se refere às bases teóricas – positivista, estruturalista-funcionalista, dialética ou quaisquer outras. Desta maneira, o método abordado nesta pesquisa baseia-se no referencial teórico aqui desenvolvido, que traz como paradigma a fenomenologia. Como ensina Gil (1999), o método fenomenológico proporciona uma descrição direta da experiência tal como é, onde a realidade é o compreendido, o interpretado, o comunicado.

No sentido de indagar e descobrir esta realidade, a pesquisa é do tipo exploratória, considerando que objetiva proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou elaborar hipóteses. Para Cervo, Bervian e Da Silva (2007, p. 63), “a pesquisa exploratória, designada por alguns autores como pesquisa quase científica, é normalmente o passo inicial no processo de pesquisa pela experiência e um auxílio que traz a formulação de hipóteses significativas para pesquisas posteriores”. Gil (1999, p. 44) ensina que a pesquisa descritiva “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Desta forma, esta pesquisa caracteriza-se, quanto aos seus objetivos, como exploratória e descritiva. Tais características estão presentes nesta investigação no momento em que se objetiva descrever o processo de adoção das redes sociais por bibliotecas universitárias espanholas. Assim, não é escopo da pesquisa explicar o porquê da existência da adoção das redes sociais nem as causas dos relacionamentos entre as variáveis, o que elimina a característica explicativa na busca. No que diz respeito ao processo de pesquisa, ela se caracteriza como qualitativa e, quanto ao seu resultado é uma busca aplicada, conforme demonstra o quadro 37.

Quadro 37 – Caracterização da pesquisa

| | |
|-----------------------------------|---------------------------|
| Objetivos da Pesquisa | Exploratória e Descritiva |
| Paradigma da Pesquisa | Fenomenologia |
| Enfoque na Coleta de Dados | Qualitativo |
| Resultado de Pesquisa | Aplicada |

Fonte: o autor

A metodologia consistiu da descrição de ações necessárias para se atingir os objetivos - geral e específicos - propostos neste ensaio divididos em quatro fases.

Numa **primeira**, realizou-se uma revisão de literatura, visando a identificar o estado da arte concernente às redes sociais que integram a Biblioteca 2.0 e todo o seu contexto que envolvia a criação de conteúdo pelos usuários da Geração Y. Dessa revisão, foram analisados modelos de Biblioteca Universitária 2.0 e também modelos gerais de redes sociais, que se enquadravam nesta proposta para indicação de um modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias, a fim de proporcionar o engajamento e a colaboração esperados à participação dos bibliotecários neste espaço da Web 2.0. Assim, partiu-se para um levantamento de quais bibliotecas universitárias na Espanha utilizavam as redes sociais. Para realizar este levantamento foram observadas em primeiro lugar, a lista de bibliotecas universitárias fornecidas pela REBIUN que está no Anexo A e, logo em seguida, a lista de redes sociais das bibliotecas de universidades públicas espanholas por nós elaborada, a qual se encontra no Anexo B.

A **segunda fase** utilizou como resultado dessa análise prévia as bibliotecas que empregavam as redes sociais. Selecionou-se algumas, por conveniência, para convidar para a pesquisa e trabalhar com um grupo focal a fim de ajudar na elaboração de um modelo de adoção das redes sociais, que continha seis fases para discussão junto aos responsáveis pelas redes sociais da biblioteca universitária visitada. Jayasuriya e Brillantine (2007) destacam que um grupo focal envolve discussões entre um pequeno grupo de indivíduos, liderado por um moderador que pede aos participantes para falarem sobre algo de interesse comum. A meta dessa discussão é entrevistar coletivamente os membros do grupo e captar as suas percepções sobre um tópico, e saber no que eles se baseiam.

Ainda na **segunda fase**, após o aceite do convite, foi feita a visita à biblioteca selecionada, para que fosse aplicado o roteiro de entrevista. Logo em seguida, o questionário elaborado por meio do documento do Microsoft Word foi enviado por *email* para o bibliotecário selecionado. Com as respostas obtidas, foi feita a análise com base nos modelos selecionados, para que se pudessem extrair os resultados finais da pesquisa. Também foram feitas observações de cada uma das redes sociais disponibilizadas pela biblioteca que foram identificadas no sítio web da biblioteca visitada pelo pesquisador.

A **terceira e última fase** consistiu na apresentação do modelo de adoção das redes sociais na biblioteca universitária visitada, junto ao grupo de bibliotecários responsáveis pelas ferramentas 2.0, considerando suas seis fases: a criação do perfil; a publicação de conteúdo; a interação do usuário a partir do conteúdo publicado; a criação de conteúdo pelo usuário; o estabelecimento de normas de uso e a avaliação das métricas de uso, para retirar opiniões e considerações a respeito deste modelo.

4.4.1 Procedimentos adotados para aplicação da metodologia

A fim de realizar a pesquisa, foram adotados os seguintes procedimentos para aplicação da metodologia:

- 1 levantamento de trabalhos científicos e técnicos junto à literatura especializada e pertinentes ao assunto abordado;
- 2 definição do universo da pesquisa, incluindo critérios de seleção da amostra das bibliotecas universitárias e dos bibliotecários participantes;
- 3 preparação do roteiro de entrevista (vide Apêndice A) com a lista de questões que integraram o instrumento de coleta;
- 4 preparação do questionário (vide Apêndice B) com a lista de questões que integraram o instrumento de coleta;
- 5 aplicação preliminar do questionário junto com a entrevista a alguns bibliotecários de universidades brasileiras, de modo a testar e identificar possíveis problemas de compreensão e incluir outros pontos relevantes;
- 6 seleção dos mecanismos de comunicação, com opção pelo correio eletrônico (vide modelo de correio eletrônico utilizado no Apêndice C), para encaminhamento e recebimento do questionário (vide Apêndice B) e do roteiro de entrevista (vide Apêndice A) para o gestor da biblioteca universitária espanhola selecionar o(s) bibliotecário(s) responsável(is) pelas redes sociais que faria(m) parte da entrevista;
- 7 identificação dos sítios web das bibliotecas universitárias de instituições públicas por meio da lista de bibliotecas disponibilizada pela REBIUN (REBIUN, 2012) e logo depois identificação nos sítios das universidades escolhidas dos *emails* dos gestores destas BU selecionadas para participar;
- 8 envio do questionário e roteiro da entrevista aos gestores da BU, por meio de correio eletrônico, de mensagem com a carta-convite assinada pela orientadora do estágio sanduíche para participação na pesquisa (vide modelo carta-convite Apêndice D), com informações sobre a investigação, objetivo, metodologia, tempo estimado e importância da participação para compreensão do modelo de adoção das redes sociais pelas bibliotecas universitárias desenvolvido nesta tese;
- 9 visita, *in loco*, àquelas bibliotecas universitárias que responderam de forma positiva ao *email* com o convite para discutir as questões incluídas no questionário, apresentar o modelo de adoção das redes sociais desenvolvido nesta tese e gravar informações particulares daquela biblioteca sobre a adoção naquela instituição;

- 10 transcrição das gravações das entrevistas realizadas com os bibliotecários responsáveis pelas redes sociais nas visitas, observando o tempo de cada uma das respostas;
- 11 levantamento documental no sítio web das bibliotecas universitárias visitadas, para selecionar informações relativas ao planejamento estratégico, listagem de serviços e dados gerais da biblioteca para compor a análise da pesquisa;
- 12 acompanhamento do envio e recebimento do questionário;
- 13 tabulação e análise das respostas do questionário, utilizando técnicas estatísticas com o *software* de planilha eletrônica Microsoft Excel versão 2010;
- 14 tabulação, análise dos dados e apresentação dos resultados finais, e
- 15 redação dos resultados.

4.4.2 Universo da pesquisa

O universo da pesquisa teve como foco principal as bibliotecas universitárias espanholas ligadas às instituições públicas de ensino superior, embora muitas das discussões aqui observadas pudessem ser aplicadas a outras tipologias de bibliotecas, do setor público ou privado.

Assim, para determinar o universo da pesquisa foram observados os dados da Red de Bibliotecas Universitarias (REBIUN) na Espanha, que congrega as bibliotecas universitárias de instituições públicas, de acordo com a Comunidade Autônoma na qual estava a universidade. O universo atingiu um total de 50 instituições de ensino superior da área pública. Nos Anexos A e B, é possível ver a lista completa de instituições e, também, a do perfil do Facebook e Twitter.

Apesar de todas as instituições incluídas neste levantamento disponibilizarem sítio web com acesso às redes sociais, optou-se de forma intencional²⁰⁷, por selecionar algumas que tivessem maior acessibilidade para se fazer uma visita e aplicar a entrevista e o questionário com os bibliotecários responsáveis pelas redes sociais.

4.4.3 A amostra usada na pesquisa

A amostragem foi por conveniência, tendo sido observados os seguintes critérios:

- 1) Ao menos uma biblioteca de cada universidade pública espanhola.

²⁰⁷ Amostragem intencional – “De acordo com determinados critérios é escolhido intencionalmente um grupo de elementos que irão compor a amostra. O investigador se dirige, intencionalmente, a grupo de elementos dos quais deseja saber opiniões.” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 119).

- 2) O roteiro de entrevista e o questionário foram enviados previamente por *email* junto com a carta convite para participar da pesquisa e deveriam ser aplicados com aqueles bibliotecários que são responsáveis pelas redes sociais.
- 3) Aquelas bibliotecas universitárias que adotaram pelo menos três ferramentas de redes sociais observadas no sítio da web da biblioteca universitária que ajudassem na análise final.

No decorrer da pesquisa, surgiu uma situação interessante de ser descrita, apesar das bibliotecas universitárias possuírem diversas unidades de informação situadas nas faculdades ligadas a determinados *campi* universitários, algumas bibliotecas específicas possuem perfil criado nas redes sociais (ex. Biblioteca de Ciências Econômicas da Universidad Complutense de Madrid-UCM). Embora essa situação não possa ser generalizada, houve também caso de uma instituição onde o perfil criado atendia a todas as bibliotecas da instituição (ex. Bibliotecas da Universidad Carlos III de Madrid). Assim, isso corrobora o primeiro critério de seleção da amostra.

A amostra final daquelas bibliotecas universitárias que responderam aos questionários está descrita no quadro 38:

Quadro 38 – Bibliotecas que responderam ao questionário da pesquisa

| Nome Biblioteca | Área de Conhecimento | Local |
|---|----------------------|-------------------|
| Biblioteca de la Universitat Politècnica de València – Campus de Vera | Multidisciplinar | Valência |
| Biblioteca de la Universitat Politècnica de València – Campus Gandia | Multidisciplinar | Valência |
| Biblioteca del campus de Colmenarejo – Universidad Carlos III de Madrid | Multidisciplinar | Madri |
| CRAI – Biblioteca del Campus de Ciències de la Salut de Bellvitge | Ciências da Saúde | Barcelona |
| CRAI Biblioteca de Relacions Laborals | Ciências Sociais | Barcelona |
| CRAI Biblioteca de Farmàcia | Ciências da Saúde | Barcelona |
| CRAI Biblioteca d’Economia i Empresa – UB | Ciências Sociais | Barcelona |
| Biblioteca de la Universidad de Alcalá de Henares | Multidisciplinar | Alcalá de Henares |
| Biblioteca de la Universidad de Alicante | Multidisciplinar | Alicante |
| Biblioteca General “Reina Sofía” de la Universidad de Valladolid | Multidisciplinar | Valladolid |
| Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. UCM | Ciências Sociais | Madri |

Fonte: Elaborado pelo autor.

A fim de caracterizar cada uma das bibliotecas universitárias pesquisadas, os quadros 39, 40 e 41 destacam quem eram os diretores da biblioteca, o *email* da direção, o ano de criação da universidade, o público total de estudantes de graduação, estudantes de pós-graduação e docentes em 2012, a quantidade de títulos informatizados e o total de bibliotecários que faziam parte do sistema de bibliotecas da universidade no ano de 2012.

Quadro 39 – Caracterização das bibliotecas universitárias pesquisadas

| Indicador | UPV - Valencia | UC3M – Carlos III Madri | UA – Alicante |
|--|--|--|--|
| Diretor (a) | Lourdes Palop Jorge | Teresa Malo de Molina Martín-Montalvo | M ^a Remedios Blanes Gran |
| Email (Direção) | palop @ bib.upv.es | tmalo@db.uc3m.es | Reme.Blanes@ua.es |
| Ano Criação Universidade | 1968 | 1989 | 1979 |
| Público Total (2012) | Graduação: 31.610 Pós Graduação: 1.692 Docentes: 2.719 | Graduação: 15.006 Pós Graduação: 2.198 Docentes: 1.607 | Graduação: 27.576 Pós Graduação: 2.998 Docentes: 2.624 |
| Títulos Informatizados (2012) | 439.338 | 432.154 | 482.823 |
| Quantidade de Bibliotecários (2012) | 46 | 37 | 58 |

Fonte: Elaborado pelo autor, com dados de estatística da REBIUN de 2012.

Quadro 40 – Caracterização das bibliotecas universitárias pesquisadas

| Indicador | UB - Barcelona | UCM – Complutense de Madri * | UVA – Valladolid |
|--|---|---|--|
| Diretor (a) | Adelaida Ferrer Torrens | Manuela Palafox Parejo | María Mercedes Arranz Sombría |
| Email (Direção) | aferrer@ub.edu | mpalafox@buc.ucm.es | direccion.biblioteca.universitaria@uva.es |
| Ano Criação Universidade | 1450 | 1499 | 1241 |
| Público Total (2012) | Graduação: 46.920 Pós Graduação: 20.330 Docentes: 5.306 | Graduação: 61.427 Pós Graduação: 12.099 Docentes: 7.034 | Graduação: 24.724 Pós Graduação: 991 Docentes: 2.141 |
| Títulos Informatizados (2012) | 1.358.648 | 1.676.187 | 85.643 |
| Quantidade de Bibliotecários (2012) | 161 | 146 | 40 |

Fonte: Elaborado pelo autor, com dados de estatística da REBIUN de 2012.

* Uma das bibliotecas da UCM neste estudo foi utilizada como pré-teste e, assim, não entrará na análise dos resultados. Ver a seção 4.48 – Relato de pré-teste no Brasil e na Espanha.

Quadro 41 – Caracterização das bibliotecas universitárias pesquisadas

| Indicador | UAH – Alcalá de Henares |
|--|--|
| Diretor (a) | María del Carmen Fernández-Galiano Peyrolón |
| Email (Direção) | direccion.biblioteca@uah.es |
| Ano Criação Universidade | 1977 |
| Público Total (2012) | Graduação: 18.026 Pós Graduação: 3.284 Docentes: 1.808 |
| Títulos Informatizados (2012) | 395.711 |
| Quantidade de Bibliotecários (2012) | 30 |

Fonte: Elaborado pelo autor, com dados de estatística da REBIUN de 2012.

4.4.4 Variáveis

De acordo com Lakatos e Marconi (2000), uma variável pode ser considerada classificação ou medida; uma quantidade que varia. Para as autoras, uma variável pode ser classificada em independente ou dependente. A independente é aquela que influencia, determina ou afeta outra variável. A dependente consiste naqueles valores (fenômenos, fatores) a serem explicados ou descobertos, em virtude de serem influenciados, determinados ou afetados pela variável independente.

Para determinar as variáveis, escolheu-se pelo tamanho da instituição, observando o número total de bibliotecas²⁰⁸ que compõem cada instituição e a quantidade de usuários próprios²⁰⁹ inscritos nas bibliotecas, conforme estatística retirada do sítio web da REBIUN. Essa situação causou algumas dúvidas na hora de selecionar as bibliotecas universitárias que iriam compor o estudo, pois apesar de haver 50 instituições públicas de ensino superior espalhadas pela Espanha, cada uma delas possui um número variável de bibliotecas ao redor dos *campi* universitários, onde cada uma delas poderia gerir ou não as próprias redes sociais para se comunicar com os usuários específicos, fato esse destacado nos critérios de seleção da amostra. A tabela 12 mostra dentre aquelas pesquisadas, a quantidade respectiva de bibliotecas que cada instituição possuía. No Anexo C encontra-se a lista completa de bibliotecas visitadas de cada uma destas instituições.

Tabela 12 – Caracterização da instituição universitária pesquisada

| Instituição Pesquisada | Usuários Próprios REBIUN (2012) | Bibliotecas Universitárias |
|-------------------------------------|--|-----------------------------------|
| Universidad Complutense de Madrid | 94.022 | Total: 32 |
| Universitat de Barcelona | 103.834 | Total: 18 |
| Universidad de Alcalá de Henares | 33.674 | Total: 15 |
| Universidad de Valladolid | 29.039 | Total: 14 |
| Universitat Politècnica de Valencia | 40.384 | Total: 11 |
| Universidad de Alicante | 35.816 | Total: 07 |
| Universidad Carlos III de Madrid | 20.356 | Total: 04 |

Fonte: Elaborada pelo autor.

De acordo com a questão 2F do questionário, foi possível separar as ferramentas 2.0 utilizadas pela biblioteca pesquisada. Neste contexto, observou-se também aquelas que tinham a periodicidade de atualização, tipo 2 ou 4. Cabe destacar o fato de que os *blogs* não estavam inseridos nessa questão pelo fato de existir em alguns casos de mais de um *blog* em cada uma das bibliotecas pesquisadas. Para todos os efeitos, as questões relacionadas com os *blogs* e *microblogs*

²⁰⁸ Indicadores predefinidos y datos originales - Indicador 3.1 Numero de bibliotecas - Estatística REBIUN 2012. Disponível em: <http://estadisticas.rebiun.org/cuestionarios/indicadores/indicadores_main.asp#>. Acesso em: 16 jul. 2013.

²⁰⁹ Indicadores predefinidos y datos originales - Indicador 1.0 Usuários Próprios - Estatística REBIUN 2012. Disponível em: <http://estadisticas.rebiun.org/cuestionarios/indicadores/indicadores_main.asp#>. Acesso em: 16 jul. 2013.

são as 2A e 2C respectivamente. Assim, três ferramentas 2.0 foram selecionadas para uma posterior análise: os *blogs* disponibilizados pela biblioteca, o perfil da biblioteca na rede social Facebook e o perfil da biblioteca no *microblog* Twitter na medida em que estes estivessem disponíveis.

Desta forma, considerando que o objetivo geral de pesquisa foi analisar a adoção das redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas, procurando avaliar que ferramentas 2.0 as BU devem ter para usufruir de uma interação dos bibliotecários com os usuários foram estabelecidas as seguintes variáveis, explicadas e agrupadas de acordo com o perfil da biblioteca, perfil das redes sociais e o perfil do bibliotecário, conforme é descrito no quadro 42.

Quadro 42 – Critérios estabelecidos para se analisar as variáveis na adoção das redes sociais.

| PERFIL DA BIBLIOTECA | |
|-------------------------------------|--|
| Variáveis | Características/Elementos |
| PERFIL DA BIBLIOTECA | Tipo de Instituição (pública/privada), faz parte de uma rede de bibliotecas universitárias, quantidade de pessoas que trabalham, quantidade de usuário registrados, quantos alunos atende. |
| AUTOMAÇÃO | Nível de automação dos serviços que a biblioteca oferece. |
| FUNCIONALIDADE CATÁLOGO OPAC | Capacidade que o catálogo OPAC possui para disponibilizar funções que permitam interagir com os usuários no processo de busca da informação. |
| PERFIL DAS REDES SOCIAIS | |
| Variáveis | Características/Elementos |
| PARTICIPAÇÃO REDES SOCIAIS | Adoção de ferramentas 2.0 pela biblioteca universitária considerando as plataformas mais utilizadas. |
| TIPO DE PÚBLICO | Perfil do público que a biblioteca universitária espera interagir com o perfil disponibilizado nas redes sociais. |
| INTERAÇÃO | Facilidades esperadas para promover um nível de interação no espaço da biblioteca universitária. |
| PLANEJAMENTO | Adequação do planejamento da biblioteca universitária para a utilização das redes sociais na comunicação com os usuários. |
| IMPLANTAÇÃO | Capacidade da biblioteca universitária de efetivar as redes sociais considerando iniciativas que promovam a interação com os usuários e colaboração para a criação de conteúdo pelo usuário. |
| AVALIAÇÃO | Capacidade da biblioteca universitária de avaliar o uso das redes sociais na biblioteca universitária considerando as ações realizadas utilizando estas ferramentas. |
| PERFIL DO BIBLIOTECÁRIO | |
| Variáveis | Características/Elementos |
| SEXO | Sexo do respondente. |
| IDADE | Média de idade dos bibliotecários que são responsáveis por atualizar os perfis da biblioteca universitária nas redes sociais. |
| FORMAÇÃO EM REDES SOCIAIS | Onde procurou conhecimento sobre as redes sociais para o seu uso em bibliotecas. Considerando ainda o seu nível de formação acadêmica. |
| POSTO | Local e cargo que o bibliotecário ocupa na biblioteca universitária. |
| CONHECIMENTO | Nível de conhecimento das redes sociais, considerando ainda a sua opinião sobre a sua adoção em bibliotecas. |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Com vistas a facilitar a análise das variáveis da pesquisa, o quadro 43, expressa as variáveis estudadas e as questões relacionadas com os instrumentos de coleta de dados.

Quadro 43 – Relacionamento entre as variáveis estudadas e os instrumentos de coleta.

| PERFIL DA BIBLIOTECA (PBA) | | |
|---|---------------------------|--|
| Variável (V) / Variável Dependente (VD) | Roteiro Entrevista | Questionário |
| PBA1 Perfil da Biblioteca (V) | Questão 1 e 8 | Questões 1C a 1H |
| PBA2 Tipo de Instituição (VD) | Não contemplou | Questão 1C |
| PBA3 Quantidade de Funcionários (VD) | Não contemplou | Questão 1F |
| PBA4 Quantidade de Usuários Registrados (VD) | Não contemplou | Questão 1G |
| PBA5 Quantidade de Alunos que Atende (VD) | Não contemplou | Questão 1H |
| PBA6 Automação (V) | Não contemplou | Questões 1Ia) a 1Ii), e 1J, 1K |
| PBA7 Funcionalidade Catálogo OPAC (V) | Questões 12, 13 e 14 | Questões 1La) a 1Lj) |
| PERFIL DAS REDES SOCIAIS (PRS) | | |
| Variável (V) / Variável Dependente (VD) | Roteiro Entrevista | Questionário |
| PRS1 Participação Redes Sociais (V) | Questões 2, 3, 4 e 5 | Questões 2A, 2B, 2C, 2D, 2E e 2Fa) a 2Fo). |
| PRS2 Tipo de Público (V) | Não contemplou | Questões 3Ac) e 3Ad) 3B). |
| PRS3 Interação (V) | Questões 7, 10, 11 | Questões 3Da) a 3Dg), e 3Ea) a 3Eh). |
| PRS4 Planejamento (V) | Questão 9 | Questão 3G |
| PRS5 Implantação (V) | Não contemplou | Questões 3Aa) a 3Ah), exceto 3Ac e 3Ad (tipo público) e 3H |
| PRS6 Avaliação (V) | Questão 6 | Questões 3A, 3Ca) a 3Cf), 3Fa) a 3Fg) e 3I |
| PERFIL DO BIBLIOTECÁRIO (PBO) | | |
| Variável (V) / Variável Dependente (VD) | Roteiro Entrevista | Questionário |
| PBO1 Sexo (V) | Não contemplou | Questões 4Ba) e 4Bb) |
| PBO2 Idade (V) | Não contemplou | Questões 4Ca) a 4Cg) |
| PBO3 Formação em Redes Sociais (V) | Não contemplou | Questões 4Fa) a 4Fe), 4G, 4Ka) a 4Ke) |
| PBO4 Posto (V) | Não contemplou | Questões 4H e 4I |
| PBO5 Conhecimento (V) | Questões 14 | Questões 4Ja) a 4Jj) e 4La) a 4Le) |

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.4.5 Procedimentos adotados para a coleta de dados

Os procedimentos de coleta de dados escolhidos para realizar a pesquisa exploratória foram essencialmente qualitativos. Cada objetivo específico necessitou de instrumentos adequados, conforme descrito no quadro 44, e embora para realizar a análise dos resultados também tenham

sido utilizados dados quantitativos baseados nas respostas do questionário para se conhecer tendências.

Quadro 44 – Procedimentos de coleta de dados.

| Objetivos Específicos | Instrumento de Coleta de Dados | Fonte de Coleta de Dados |
|---|--|--|
| OE1 - identificar os critérios de adoção das redes sociais pelos bibliotecários das bibliotecas universitárias espanholas, a fim de evidenciar seus conceitos, aplicabilidades e atributos; | - Pesquisa Bibliográfica - Roteiro de Entrevista - Observações. | - Bases de dados nacionais e internacionais. |
| OE2 - identificar como são realizados o planejamento e a avaliação dos indicadores da interação feitos pelos bibliotecários para a adoção dessas redes sociais nessas bibliotecas universitárias espanholas; | - Pesquisa Bibliográfica - Pesquisa Documental - Roteiro de Entrevista - Observações. | - Bases de dados nacionais e internacionais. - Bibliotecários de Universidades Públicas da Espanha selecionados na amostra. |
| OE3 - identificar o perfil do bibliotecário responsável pela interação e atualização das redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas. | - Questionário estruturado - Roteiro de Entrevista | - Bibliotecários de Universidades Públicas da Espanha selecionados na amostra. |
| OE4 – elaborar e discutir com os bibliotecários um modelo de adoção das redes sociais por bibliotecas universitárias considerando: a criação de perfil, a publicação de conteúdo, interação com o usuário, criação de conteúdo pelo usuário, estabelecimento de normas de uso e avaliação. | - Grupo focal - Pesquisa Documental - Observações. | - Bibliotecários de Universidades Públicas da Espanha selecionados na amostra. - Modelos gerais de abordagem das redes sociais. - Modelos de Biblioteca 2.0. |

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Gil (1999) ensina que a observação como técnica de coleta de dados constitui elemento fundamental para a pesquisa social. A observação é sempre utilizada na etapa de coleta de dados, conjugada com outras técnicas. Concebe-se que ela pode ser simples ou participante, neste caso é considerada em estudos exploratórios, em que requer que o pesquisador tome nota daquilo que acontece registrando o fato por meio de gravadores, câmaras fotográficas, filmadoras etc. Vale lembrar, que ela pode ser participante quando o pesquisador necessita pertencer a um grupo ou comunidade da qual investiga, e, assim, o pesquisador procurou fazer parte dos grupos ou perfis disponíveis nas plataformas das BU visitadas.

4.4.6 Pesquisa bibliográfica

Como ensinam Cerro, Bervian e Da Silva (2007), a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos, livros, dissertações e teses. Assim, de acordo com Siqueira (2005), a pesquisa bibliográfica é um procedimento essencial, que comporta anotações das informações coletadas por meio de leituras. A crítica feita à pesquisa bibliográfica é a que tange às fontes secundárias, as quais muitas vezes mostram dados registrados e processados erroneamente.

De acordo com Lakatos e Marconi (2001), a finalidade da pesquisa bibliográfica é situar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre certo assunto, inclusive conferências, seguidas de debates, que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas.

Logo a revisão de literatura teve como ponto de partida um modelo de guia de fontes desenvolvido na disciplina Fontes de Informação, do Curso de Doutorado em Ciência da Informação na Universidade de Brasília (UnB) no período de março de 2010 a junho de 2011. No decorrer do período seguinte, de 2012 e 2013, outras fontes foram acrescentadas a esta pesquisa.

Nesse guia, foram incluídas fontes primárias, oriundas de dissertações de mestrado, monografias de curso de graduação, teses de doutorado, anais de eventos específicos da área, além de periódicos e de fontes secundárias onde já houve um tratamento das informações; ou seja, são fontes baseadas em documentos ou interpretação de dados originários em fontes primárias como, por exemplo, bases de dados, bibliografias, cursos e livros. Cabe destacar aqui, o fato de que foram consideradas as bases de dados multidisciplinares e também as de Ciências Sociais Aplicadas que estão no novo portal de periódicos da Capes²¹⁰, dentre elas a *Library and Information Science Abstracts* (LISA) e a *Library, Information Science & Technology Abstracts* (LISTA).

Cabe ainda, salientar que as bases de dados *Emerald* e *EBSCO* trouxeram diversos periódicos em inglês que continham documentos sobre biblioteca 2.0, redes sociais, Web 2.0 e todo o fenômeno que as compreende.

Quanto aos livros para elaborar a lista, foram acessados o serviço de pesquisa de livros provido pelo Google; sítios *web* de livrarias no Brasil e no Exterior, como Amazon.com²¹¹, *Barnes & Noble*²¹², Livraria Cultura²¹³, Saraiva²¹⁴ e Siciliano²¹⁵; sítios de editoras no Brasil e no Exterior, como *Prentice Hall*²¹⁶, *Addison-Wesley*²¹⁷, *John Wiley*²¹⁸ and Sons e *Libraries Unlimited*²¹⁹.

No que se refere à literatura em língua espanhola, dois locais foram visitados para encontrar algo sobre o assunto: o sítio web da *Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe, España y Portugal* – que trabalha com o *Sistema de Información Científica Redalyc*²²⁰ e, que

²¹⁰ Sítio web do Portal de Periódicos Capes: Disponível em: <<http://periodicos.capes.gov.br>>. Acesso em: 20 set. 2013.

²¹¹ Sítio web da Livraria Virtual Amazon: Disponível em: <<http://www.amazon.com/>>. Acesso em: 20 set. 2013.

²¹² Sítio web da Livraria Barnes and Noble: Disponível em: <<http://www.barnesandnoble.com/>>. Acesso em: 20 set. 2013.

²¹³ Sítio web da Livraria Cultura: Disponível em: <<http://www.livrariacultura.com.br/>>. Acesso em: 20 set. 2013.

²¹⁴ Sítio web da Livraria Saraiva: Disponível em: <<http://www.livrariasaraiva.com.br/>>. Acesso em: 20 set. 2013.

²¹⁵ Sítio web da Livraria Siciliano: Disponível em: <<http://www.siciliano.com.br/>>. Acesso em: 20 set. 2013.

²¹⁶ Sítio web da Editora Prentice Hall: Disponível em: <<http://prenticehall.com/>>. Acesso em: 20 set. 2013.

²¹⁷ Sítio web da Editora Addison-Wesley: Disponível em: <<http://www.pearsonhighered.com/>>. Acesso em: 20 set. 2013.

²¹⁸ Sítio web da Editora John Wiley: Disponível em: <<http://eu.wiley.com/WileyCDA/Section/index.html>>. Acesso em: 20 set. 2013.

²¹⁹ Sítio web da Editora Libraries Unlimited: Disponível em: <<http://www.abc-clio.com>>. Acesso em: 20 set. 2013.

²²⁰ Sítio web da Redalyc: Disponível em: <<http://www.redalyc.org/>>. Acesso em: 19 jul. 2013.

possuía até julho de 2013, 827 revistas científicas cadastradas perfazendo um total de 290.340 artigos científicos disponibilizados com textos completos; e também a base de dados Dialnet²²¹, que possuía, até julho de 2013, 8.707 revistas científicas indexadas cobrindo 3.918.420 artigos científicos, sendo que na área de Ciências Sociais com o tema “*información-documentación*” existem 185 periódicos científicos.

Os resultados dessa pesquisa bibliográfica sobre Web 2.0, redes sociais e Biblioteca 2.0 demonstraram que a temática está sendo desenvolvida de forma crescente em todos os continentes. Tal situação pode ser demonstrada pelos países descritos ao longo deste estudo entre os quais Austrália, Reino Unido, Canadá, Estados Unidos, Brasil, Argentina, Espanha, Itália, Índia, China, e outros.

Em termos de fontes pesquisadas, foram utilizados textos provenientes de periódicos científicos internacionais, eventos nacionais e internacionais, livros e capítulos de livros, poucos artigos de periódicos nacionais, teses e dissertações.

É importante destacar o fato de que este trabalho procurou seguir como orientação as publicações mais recentes, procurando assim, na literatura, primeiro por trabalhos publicados em anos mais recentes até chegar a publicações da época em que foram concebidos os primeiros trabalhos sobre a Web 2.0. Cabe destacar que este fenômeno se encontra por um lado em consolidação na Espanha e no Brasil, de 2012 para 2013, surgiram vários trabalhos em eventos da área de Biblioteconomia tratando do uso destas ferramentas em bibliotecas universitárias, cabendo evidenciar, porém, que faltam até este momento estudos sobre o perfil do bibliotecário que trabalha com as redes sociais, o que resultou na baixa exploração do perfil deste profissional nas perguntas elaboradas no questionário.

Por último, para evidenciar o assunto Biblioteca 2.0, a revisão de literatura feita até aqui teve como elementos para compor esta tese as seguintes palavras-chave nas bases de dados consultadas conforme o conteúdo trazido no quadro 45 com suas correspondentes nas línguas inglesa e espanhola.

²²¹ Sítio web da Dialnet: Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/>>. Acesso em: 19 jul. 2013.

Quadro 45 – Palavras-chave utilizadas na pesquisa bibliográfica

| Palavras-chave Português | Palavras-chave Inglês | Palavras-chave Espanhol |
|---|--|--|
| Biblioteca 2.0 | <i>Library 2.0</i> | Biblioteca 2.0 |
| Web 2.0 | Web 2.0 | Web 2.0 ou Web Social |
| Bibliotecário 2.0 | <i>Librarian 2.0</i> | Bibliotecario 2.0 ou <i>Community Manager</i> |
| Redes Sociais | <i>Social Networks</i> | <i>Redes Sociales</i> |
| Biblioteca Universitária | <i>Academic Libraries</i> | <i>Biblioteca Universitaria</i> |
| <i>Folksonomia</i> | Folksonomies ou <i>Social Bookmarking ou Social Tagging</i> | <i>Folksonomía</i> |
| Criação de Conteúdo pelo Usuário | <i>User Generated Content ou User Created Content</i> | <i>Contenido generado por el usuario</i> |
| Redes Sociais ou Ferramentas Sociais ou Ferramentas 2.0 | <i>Web 2.0 Tools ou Social Media</i> | <i>Herramientas 2.0 ou Tecnologías Sociales</i> |
| Geração Y ou Nativos Digitais | <i>Millennials ou Generation Y</i> | <i>Generación Y ou Nativos Digitales</i> |
| RSS ou Sindicacão de Conteúdos | <i>Web Syndication</i> | <i>Sindicación de Contenidos</i> |
| Catálogo OPAC 2.0 | <i>OPAC 2.0 ou Next Generation Catalogs</i> | <i>OPAC Social OPAC 2.0</i> |
| Dispositivos Móveis ou Tecnologias Móveis | <i>Mobile Social Networks ou Mobile Technologies</i> | <i>Mobilidad ou Dispositivos Móviles ou Web Móvil</i> |
| Interação ou Colaboração | <i>Collaboration ou Engagement</i> | <i>Interactividad ou Colaboración ou Participación</i> |

Fonte: Elaborado pelo autor.

4.4.7 Pesquisa de campo

Na perspectiva de Marconi (2007), a pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir fenômenos ou as relações entre eles. Marconi (2007) completa, exprimindo que a pesquisa de campo consiste na observação de fatos e fenômenos do modo como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes, para analisá-los.

Lakatos e Marconi (2001) destacam o fato de que as fases da pesquisa de campo requerem, em primeiro lugar, a realização de uma pesquisa bibliográfica sobre o tema focalizado. No segundo momento, ela permitirá que se estabeleça um modelo teórico inicial de referência, da mesma forma que auxiliará na determinação das variáveis e elaboração do plano geral da pesquisa.

Ante o exposto, a pesquisa procurou coletar opiniões sobre a adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias por meio do roteiro de entrevista e do questionário, aplicados com os bibliotecários espanhóis responsáveis pelas redes sociais em cada universidade visitada. Vale ressaltar que, na Biblioteca da Universitat de Barcelona e na Biblioteca da Universitat Politècnica de Valencia, o questionário utilizado nesta pesquisa foi repassado para vários responsáveis pelas

redes sociais nas bibliotecas que fazem parte do sistema de bibliotecas dessas instituições, gerando assim mais dados para a pesquisa enquanto o roteiro de entrevista foi aplicado durante a visita com o bibliotecário que nos recebeu.

4.4.8 Relatos de pré-testes no Brasil e na Espanha

Na primeira fase de coleta de dados, foram consideradas as bibliotecas universitárias de instituições federais brasileiras, onde foram realizados pré-testes com quatro bibliotecários, sendo dois responsáveis pelas redes sociais e dois pela direção da biblioteca. Foram aplicados vários modelos de questionários no período de abril de 2011 a junho de 2011. Em seguida, com um novo pré-teste, foram aplicadas entrevistas nas universidades espanholas, no período de fevereiro a maio de 2012.

A amostra brasileira era composta de 28 bibliotecas de universidades federais, sendo que, no decorrer do levantamento, verificou-se que somente 15 possuíam uma das redes sociais que se pretendia pesquisar (*blogs, microblogs* ou redes sociais).

O resultado do primeiro pré-teste mostrou que as bibliotecas universitárias entrevistadas na época ainda não apresentavam as ferramentas da Web 2.0 integradas ao catálogo OPAC e os perfis de redes sociais utilizados por elas ainda eram poucos aproveitados pelos bibliotecários. O seu planejamento para adoção ainda estava em elaboração o que causou muitas dúvidas na hora de responder as questões. Uma dos pontos suscitados pelas bibliotecárias era a falta de pessoal com a devida competência para elaborar a comunicação por meio das redes sociais, o que levou a destacar que a tarefa necessitava de um profissional jornalista para se responsabilizar por ela, fazendo com que no início esta tarefa tenha sido tratada por um bibliotecário que tinha conhecimentos dessas ferramentas. As redes sociais, segundo as bibliotecárias entrevistadas, “foram planejadas no sentido da biblioteca ter mais instrumentos de visibilidade e de acesso ao usuário”, sendo em seu princípio atualizadas por bibliotecários conhecedores das questões que envolvem a biblioteca, embora a demanda de tempo para o bibliotecário realizar o trabalho técnico que envolve o setor em que trabalha e acompanhar estas atualizações tenham feito com que um jornalista fosse procurado. Assim, concluíram que o número de profissionais qualificados é pequeno para acrescentar esta atividade ao fazer diário. Outro ponto interessante foi que nenhuma estatística de utilização das redes sociais era aproveitada como indicador para avaliar e implantar novas ações de comunicação. Apesar disso, as bibliotecárias entendiam que as redes sociais expressam intenso impacto na interação da biblioteca com os usuários.

Na segunda fase, com a possibilidade de realizar um novo pré-teste, então em espaço espanhol, por meio do doutorado sanduíche, o pré-teste foi realizado na Biblioteca da Faculdade de

Ciências Econômicas e Empresariais da Universidade Complutense de Madri²²², que está na Comunidade de Madri, onde existem 15 universidades no total, segundo levantamento disponibilizado pela Universidade de Alicante, também da Espanha.

Os resultados do segundo pré-teste indicaram que havia a necessidade de melhorar as questões do roteiro de entrevista elaborado no Brasil, que possuía apenas sete questões para um roteiro de entrevista que abordasse também pontos relativos ao perfil de bibliotecas que adotam estas ferramentas 2.0, que projetos e iniciativas podem ser empregadas na utilização, que serviços/experiências podem ser criados com a colaboração do usuário, de que forma o bibliotecário pode colaborar para enriquecer o conteúdo por meio destas plataformas. Ainda no segundo pré-teste pode-se verificar a necessidade de debater previamente com os bibliotecários entrevistados sobre o modelo conceitual de adoção das redes sociais, elaborado nesta tese, para se obter subsídios definidores do melhor o modelo.

4.4.9 Entrevista

De acordo com Gil (1999), pode-se definir entrevista como a técnica em que o investigador se apresenta frente a frente com o investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação. Gil (1999) completa dizendo, que muitos autores consideram a entrevista como a técnica por excelência de investigação social.

Cervo, Bervian e Da Silva (2007) destacam que os pesquisadores em Ciências Sociais recorrem à entrevista sempre que têm necessidade de obter dados que não podem ser encontrados em registros e fontes documentais, e que podem ser fornecidos por certas pessoas.

Lakatos e Marconi (2001) indicam que a entrevista é, pois, uma conversação efetuada face a face, de maneira metódica; proporciona ao entrevistado, verbalmente, a informação necessária.

Assim, em termos de procedimentos adotados para realizar a entrevista, foram realizados os seguintes para a sua consecução:

- a) contatos feitos por *email* (Apêndice C) com bibliotecários responsáveis pelas bibliotecas universitárias junto com a carta-convite (Apêndice D), onde era dirigida solicitação para participar da entrevista, valendo para aquelas que participam do processo de atualização das redes sociais (conforme os critérios 1 e 2 de seleção da amostra), acordos de horário e local para a realização das entrevistas;
- b) a realização das entrevistas seguiu um Roteiro de Entrevista (Apêndice A), com gravação;

²²² Lista de Universidades Espanholas: Disponível em: <<http://www.ua.es/es/internet/listado.htm>>. Acesso em: 20 mar. 2012. Ver Anexo A deste trabalho.

c) transcrição de cada entrevista com tempo estimado para cada fala.

Em razão de o projeto de pesquisa ter dois momentos, as entrevistas foram feitas no Brasil e na Espanha por ocasião do estágio sanduíche. O período de realização das entrevistas foi de abril a junho de 2011 no Brasil, e de junho a setembro de 2012, na Espanha. Em geral, as entrevistas foram realizadas de forma contínua. O tempo médio de duração das entrevistas foi de uma hora, com limite inferior de 50 minutos ou superior a 20 minutos.

A transcrição da gravação da entrevista foi realizada sempre após o ocorrido, de modo a não acumular o conteúdo de várias entrevistas. Esta atividade, muito trabalhosa, foi realizada por nós em computador, com o *software* Word.

O segundo pré-teste objetivou identificar possíveis falhas de tradução no guia da entrevista e no questionário, o nível de clareza das perguntas e a duração da entrevista. Entretanto, verificou-se que as perguntas necessitavam de mais informação para incluir o espaço sobre a interação do bibliotecário com as redes sociais conforme pode ser visto na guia de entrevista feita no Brasil e a guia elaborada na Espanha. Assim, surgiram mais perguntas na guia de entrevista em castelhano: “8. Para você qual é o perfil da biblioteca que adota as plataformas da Web 2.0?” (em castelhano, *¿Para usted cuál es el perfil de la biblioteca que adopta las plataformas de la Web 2.0?*); “9. Para você em que tipo de projetos/iniciativas as plataformas da Web 2.0 poderiam/podem ser empregadas em sua biblioteca?” (em castelhano, *¿Para usted en qué tipo de proyectos/iniciativas las plataformas de la Web 2.0 podrían/pueden ser empleadas en su biblioteca?*); “10. Para você que serviços/experiências podem ser criados nas bibliotecas com a colaboração dos usuários nas plataformas da Web 2.0?” (em castelhano, *¿Para usted que servicios/experiencias pueden ser creados en las bibliotecas con la colaboración del usuarios en las plataformas de la Web 2.0 (redes sociales)?*); “11. De que forma é possível o bibliotecário colaborar para enriquecer o conteúdo do catálogo da biblioteca com a utilização das plataformas da Web 2.0?” (em castelhano, *¿De qué forma el bibliotecario es posible colaborar para enriquecer el contenido del Catalogo de la biblioteca con la utilización de las plataformas de la Web 2.0 (redes sociales)?*); “12. Para você o que faz o usuário interagir/colaborar para enriquecer o conteúdo do OPAC que disponibiliza plataformas da Web 2.0?” (em castelhano, *¿Para usted que hace el usuario interaccionar/colaborar para enriquecer el contenido del OPAC que tienes plataformas de la Web 2.0 (redes sociales)?*); “13. Considerando o contexto da interação do usuário com o OPAC, para você a organização de conteúdo presente no OPAC sofrerá mudanças com a utilização das plataformas da Web 2.0 (redes sociais) pelos usuários?” (em castelhano, *¿Considerando el contexto de la interacción del usuario con OPAC para usted la organización del contenido presente en el OPAC sufrirá mudanzas con la utilización de las plataformas de la web 2.0 (redes sociales) por los usuarios?*); “14. Quais são as expectativas e necessidades dos bibliotecários com a interação

com os usuários de OPAC que utilizam as plataformas da Web 2.0 (redes sociais)?" (em castelhano, *¿Cuáles son las expectativas y necesidad de los bibliotecarios con la interacción con los usuarios de OPAC que utiliza las plataformas de la web 2.0 (redes sociales)?*).

É dado observar que, durante a entrevista o respondente poderia complementar a resposta pretendida baseando-se na experiência vivida por ele naquela instituição, o que demandou a necessidade de se explicar cada questão com vistas a fornecer mais detalhes, sem a interpolação do entrevistador, gerando com isso mais tempo para a entrevista do que aquilo estimado.

Para complementar as questões empíricas que envolvem o estabelecimento do modelo de adoção das redes sociais, foram realizadas entrevistas, utilizando-se da técnica de grupo focal, com a participação, *in loco*, dos entrevistados. Esta técnica pode ser considerada entrevista realizada em grupo, que tem por objetivo central identificar percepções, sentimentos, atitudes, ideias e conceitos-chave dos participantes.

Dias (2000) destaca que o grupo focal ainda pode ser utilizado na geração de ideias, outros conceitos, serviços ou produtos, embora, ao se tratar de um assunto controverso algum dos participantes possa se sentir constrangido na presença de várias pessoas desconhecidas, e ainda pode ser difícil conciliar a agenda de tantas pessoas. Aqui, nesta pesquisa, procurou-se mostrar as fases do modelo de adoção das redes sociais no sentido de explorar, de modo mais extensivo, a compreensão de cada uma delas pelos bibliotecários participantes. O roteiro da discussão deste grupo focal era composto pelo diagrama das fases de adoção das redes sociais que está exposto na seção 4.3 deste trabalho, onde delineamos para os participantes cada uma das fases e, logo em seguida, os bibliotecários entrevistados faziam comentários acerca do modelo, o que era registrado em um gravador digital.

Neste sentido, Gondim (2003) ressalta que os grupos focais exploratórios estão centrados na produção de conteúdo; sua orientação teórica está voltada para a geração de hipóteses, o desenvolvimento de modelos e teorias. A coleta de dados com o uso do grupo focal pôde assim constatar que as opiniões sobre as fases que compreendem o modelo de adoção podem variar de instituição para instituição, baseando-se na experiência vivida por parte de cada um dos bibliotecários entrevistados. Ao todo foram realizados quatro grupos focais durante o período de junho a setembro de 2012, um com a Universidad de Alicante, com dois bibliotecários via *skype*, um pessoalmente na Universidad Carlos III, de Madrid, com três bibliotecários, um pessoalmente no CRAI da Universitat de Barcelona, com duas bibliotecárias, um pessoalmente na Universitat Politècnica de Valencia, com três bibliotecários, e outro pessoalmente, na Universitat de Valencia, também com três bibliotecárias. Este último não foi considerado na análise dos resultados, pois não foram respondidos os instrumentos de coleta de dados que o pesquisador havia deixado.

Vale ainda ressaltar que, nas demais visitas, a apresentação do modelo foi feito somente ao bibliotecário responsável pela atualização das redes sociais e, em outras, até três bibliotecários participaram do grupo focal, o que enriqueceu ainda mais as discussões.

4.4.10 Questionário

A princípio, o instrumento de coleta de dados seria disponibilizado *online*, utilizando o Google Docs Formulário para a entrada de dados. Este instrumento foi sendo aprimorado ao longo dos contatos com os bibliotecários selecionados. No decorrer da pesquisa, contudo optou-se por enviar um arquivo em formato Microsoft Word, pois o sítio web do Google Docs havia suspenso esse tipo de serviço na época do levantamento.

A estrutura do instrumento de coleta de dados era composta por 43 questões abertas e fechadas, sendo que, nas fechadas, optou-se por utilizar em algumas delas a escala de Likert²²³ para medir a atitude mais ou menos favorável a cada uma das questões. Ficou assim dividida, após reuniões com os bibliotecários e o pesquisador:

Primeira Parte: Informações sobre o perfil da biblioteca universitária pesquisada, privilegiando entre outras informações, o seu quadro de funcionários, usuários cadastrados, tipo de biblioteca, quantidade de estudantes que a universidade possui e informações sobre automação. (Perguntas 1A até a 1L – 12 questões (nove abertas (A) e três fechadas (F))).

1A) *Nombre de La Biblioteca (A)*

1B) *Ciudad en La que se ubica la Biblioteca: (A)*

1C) *Fecha aproximada de inauguración de su Biblioteca (A)*

1D) *Tipo de institución de su Biblioteca (F)*

1E) *Su biblioteca forma parte de un sistema o red? En caso afirmativo indique cuál (A)*

1F) *¿Cuántas personas trabajan en su Biblioteca? (A)*

1G) *¿Cuántos usuarios registrados (incluyendo alumnos, profesores y personal) hay en su Biblioteca? (A)*

1H) *¿Cuántos alumnos atiende su biblioteca? (A)*

1I) *¿Qué nivel de automatización adopta su biblioteca? (F)*

1J) *Cómo se llama el proveedor del sistema informático de su Biblioteca? (A)*

1K) *¿Cuál es la versión del sistema informático de su biblioteca? (A)*

1L) *¿Qué funcionalidades adopta El Catálogo OPAC de su biblioteca? (F)*

Segunda Parte: Informações sobre os perfis das redes sociais das bibliotecas universitárias pesquisadas incluindo o endereço URL de *blog*, *microblog*(*Twitter*) e redes sociais onde a biblioteca

²²³ Na elaboração da escala de Likert, recolhe-se grande número de enunciados que manifestam a opinião ou atitude acerca do problema a ser estudado que são obtidas com as respostas do entrevistado. (GIL, 1999).

possui um perfil próprio, como é composto o setor e o quadro de funcionários dedicados a estes serviços. (Perguntas 2A até a 2J – 10 questões (seis abertas (A) e quatro fechadas (F))

2A) *¿Su Biblioteca posee Blog institucional propio? (F)*

2B) *Si respondió si a La pregunta anterior indique La dirección electrónica del Blog institucional: (A)*

2C) *¿Sua Biblioteca posee Microblog Institucional propio? (F)*

2D) *Si respondió si a La pregunta anterior indique La dirección electrónica del Microblog institucional: (A)*

2E) *¿Su Biblioteca posee Perfil Institucional propio en las Redes Sociales? (F)*

2F) *Si respondió si a La pregunta anterior indique en qué Redes Sociales participa su biblioteca (F)*

2G) *¿Cuántos funcionarios se ocupan de los blogs, microblogs y de las redes sociales de su Biblioteca? (A)*

2H) *¿Cuál es la media de edad de los funcionarios que se ocupan de Estas redes sociales? (F)*

2I) *¿Cuánto tiempo por semana dedican los bibliotecarios a las redes sociales? (F)*

2J) *¿Cómo se llama el sector responsable de las redes sociales en su biblioteca? (A)*

Terceira Parte: Informações sobre o planejamento, implantação e avaliação das redes sociais das bibliotecas universitárias pesquisadas, incluindo a forma como são utilizadas as mídias, o nível de interatividade, qual a idade do público a qual se destina estas mídias, dificuldade para se implantar, a forma como se avaliam o desempenho das mídias (Perguntas 3A até a 3I – 9 questões – (seis fechadas e três abertas))

3A) *¿Cómo usa las redes sociales para las Acciones de La Biblioteca? (F),*

3B) *En su opinión ¿Cuál es la edad del público qué más se aprovecharía de estas Acciones de la Biblioteca? (F)*

3C) *¿Cuál es la principal dificultad para implantar las redes sociales en su biblioteca? (F)*

3D) *Que nivel de interactividad espera de una media de comunicación social en el espacio de las bibliotecas? (F)*

3E) *En su opinión ¿qué hace un media de comunicación social para recibir muchos comentarios? (F)*

3F) *¿Cómo usted valida o desempeña las redes sociales de su biblioteca? (F)*

3G) *Comente como fue la Planificación para la utilización de las redes sociales en su Biblioteca: (A)*

3H) *Comente como fue la Implementación para una utilización de las redes sociales en su Biblioteca: (A)*

3I) *Comente como es la validación para una utilización de las redes sociales en su Biblioteca: (A)*

Quarta Parte - Informações sobre o bibliotecário respondente (responsável pela atualização das redes sociais ou responsável pela gestão da biblioteca) incluindo nome, sexo, idade, formação, cargo, setor e conhecimento das redes sociais. (Perguntas 4A até a 4L - 12 questões (cinco abertas e sete fechadas))

4A) *Nombre: (A), 4B) Sexo: (F), 4C) Edad: (F), 4D) Email: (A), 4E) Puesto: (F), 4F) Formación: (F), 4G)*

Curso/Lugar donde se formó: (A), 4H) Cargo: (A), 4I) Sector que trabaja: (A), 4J) Conocimiento de redes sociales: (F), 4K) ¿Dónde tomó conocimiento sobre los medios de comunicación sociales: (F),

4L) *En su opinión sobre las redes sociales: (F)*

4.4.11 Relação entre objetivos e os instrumentos de coleta

Para facilitar na análise dos resultados, relacionou-se as perguntas do roteiro de entrevista (item 4.4.9) e do questionário (4.4.10) com os objetivos específicos a serem atingidos nesta pesquisa. O quadro 46 exprime esta relação.

Quadro 46 – Relação entre os objetivos específicos da pesquisa e as questões dos instrumentos de coleta.

| Objetivo Específico (OE) | Perguntas (Continua) |
|--|--|
| OE1 – identificar os critérios de adoção das redes sociais pelos bibliotecários das bibliotecas universitárias espanholas, a fim de evidenciar seus conceitos, aplicabilidades e atributos; | Perguntas (Continua) |
| | Roteiro da Entrevista |
| | P2. ¿Que objetivo ha llevado la Biblioteca a adoptar servicios de la web social? P3. ¿Cómo ha comenzado la adopción de las medias sociales en la Biblioteca ? P4. ¿Cuál la frecuencia de actualización para cada una de los servicios de la web social en la Biblioteca? P5. ¿Cuáles son los riesgos y beneficios que consideraran ustedes en la adopción de servicios de la web social en la Biblioteca? |
| | Questionário |
| OE2 – identificar como são realizados o planejamento e a avaliação dos indicadores da interação feitos pelos bibliotecários para a adoção dessas redes sociais nessas bibliotecas universitárias espanholas; | Seção Perfil das Redes Sociais (Perguntas 2A a 2J) e (3A a 3D) |
| | Roteiro da Entrevista |
| | P6. ¿Qué tipo de evaluación/medida es hecha para saber cómo están siendo aprovechados servicios de la web social en la Biblioteca? |
| | Questionário |
| OE3 – identificar o perfil do bibliotecário responsável pela interação e atualização das redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas. | Seção Planej. Aval. Implantação (Perguntas 3E a 3I) |
| | Roteiro da Entrevista |
| | P1.¿Quién es el responsable actualmente en la actualización de los servicios de la web social disponibles en la Biblioteca? Por favor Comente sobre la elección de esto(s) profesional (es). |
| | Questionário |
| OE4 – elaborar e discutir com os bibliotecários um modelo de adoção das redes sociais por bibliotecas universitárias considerando: a criação de perfil, a publicação de conteúdo, interação com o usuário, criação de conteúdo pelo usuário, estabelecimento de normas de uso e avaliação. | Seção Perfil do Bibliotecário (Perguntas 4A a 4L) |
| | Roteiro da Entrevista (conclui) |
| | Ver o Quadro 36 - Relação de autores/modelo e aspectos observados na concepção do Modelo de Adoção. |
| | Questionário |
| | Ver o Quadro 36 - Relação de autores/modelo e aspectos observados na concepção do Modelo de Adoção. |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Para resumir os objetivo geral e específicos juntamente com as variáveis do estudo a figura 46 expressa a pesquisa realizada nesta tese :

Figura 46 – Objetivos geral e específicos e variáveis de estudo desta tese



Fonte: Elaborado pelo autor.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para realizar a análise e interpretação dos resultados procurou-se ordenar este capítulo seguindo uma ordem que ajude o leitor a compreender os objetivos e as variáveis observadas. Desta forma, destacou-se cada um dos objetivos específicos (OE) e, logo depois, as variáveis indicadas no tópico 4.4.4 da tese que compunham esses objetivos. Ainda nesta seção distinguem-se as premissas da pesquisa que vão ajudar na análise e na conclusão desta tese.

5.1 As premissas da pesquisa

Ao se conceber uma pesquisa em uma abordagem epistemológica qualitativa é importante tratar da concepção teórica e a verificação empírica como momentos de importância similar, variados ou simultâneos. Assim, para que esta abordagem ganhe validade, o estudo é legítimo quando há um rigor na descrição das etapas, formulações, e resultados obtidos durante o processo da pesquisa. Dessa forma, a validade irá se expressar pela concepção teórica final, que tem valor, em sua singularidade, ao exercer um poder explicativo frente o problema estudado.

A partir da revisão de literatura e a experiência do pesquisador vivida durante sua pesquisa em terras espanholas foi possível permitir estabelecer algumas premissas iniciais nas quais se baseou a fase empírica da pesquisa:

1. Os critérios de adoção das redes sociais por BU espanholas possuem características próprias relacionadas com o contexto do Espaço Europeu de Ensino Superior que atuam na promoção dos serviços e melhora da imagem dessas bibliotecas por meio das ferramentas 2.0.

2. O planejamento e a avaliação dos indicadores de interação feitos pelos bibliotecários para a adoção dessas redes sociais nessas BU espanholas obedece a objetivos e parâmetros específicos de cada uma das instituições de ensino.

3. O perfil do bibliotecário responsável pela interação e atualização das redes sociais nas BU espanholas, sugere características, formação e conhecimento próprios para a adoção dessas ferramentas no espaço das bibliotecas.

4. Um modelo conceitual que possibilite estudar a adoção das redes sociais por BU pode ser desenvolvido à partir das abordagens e definições propostas que envolvem os seguintes autores: Bernoff (2007); Bartholomew (2008); Mason (2008); Dora e Maharana (2008); Xu, Ouyang e Chu (2009); Verdoold e Frijlink (2009); Yong-Mi e Abbas (2010); Van der Kooi (2010); Lloret-Romero (2011); Li e Bernoff (2011).

5.2 Perfil da biblioteca

O primeiro objetivo específico (OE1) investigado procurou “identificar os critérios de adoção das redes sociais pelos bibliotecários das bibliotecas universitárias espanholas, a fim de evidenciar seus conceitos, aplicabilidades e atributos”. Neste OE1 estabeleceu-se uma relação das variáveis ligadas ao perfil da biblioteca: tipo de instituição; nível de automação da biblioteca; e as funcionalidades existentes no Catálogo OPAC. Na seção seguinte destaca-se o perfil das redes sociais adotadas, pelas BU visitadas, que também atendem ao objetivo específico de número um.

5.2.1 Aspectos relativos à variável perfil da biblioteca

A variável perfil da biblioteca considerou os aspectos relacionados com o tamanho da biblioteca, sua tipologia pública e ainda o que a caracterizava perante as demais bibliotecas para adotar as redes sociais. Embora nesta pesquisa tenha se optado por considerar apenas as BU de instituições públicas da Espanha havia a possibilidade de também analisar as BU de instituições privadas, porém isso não foi feito apesar de o pesquisador ter visitado uma instituição constituída juridicamente como particular ou privada, a Universitat Oberta de Catalunya, por se tratar de referência na área do uso das tecnologias da informação empregadas no ensino à distância²²⁴.

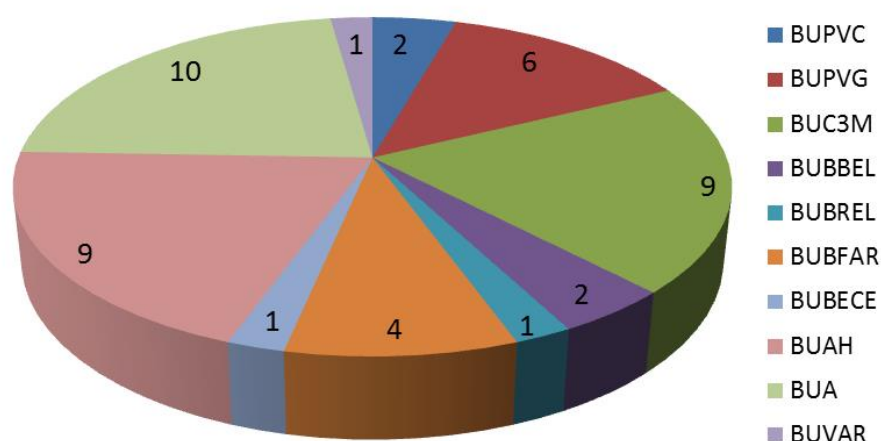
Desta forma, para se conhecer o perfil da biblioteca procurou-se perguntar na questão de número um do roteiro de entrevista (Apêndice A), quem era o responsável pela atualização das redes sociais na biblioteca e como se deu a seleção deste profissional e, também na questão de número oito cuja pergunta é qual o perfil da biblioteca que adota as redes sociais? Além disso, procurou-se conhecer algo mais sobre a biblioteca e a instituição de ensino da qual ela fazia parte por meio das questões 1C, 1F, 1G, 1H do questionário para se ter uma dimensão da grandeza dessas bibliotecas/instituições.

Uma situação observada no questionário (Apêndice B) é que alguns bibliotecários responderam por suas bibliotecas especificamente e, outros responderam por todas as bibliotecas da instituição ao qual estavam vinculados. Assim, das dez bibliotecas que responderam ao questionário obtiveram-se duas respostas das bibliotecas da Universitat Politècnica de Valencia (BUPV), Central (BUPVC) e Gandia (BUPVG); uma resposta da Universidad Carlos III de Madrid que correspondeu a todas as demais bibliotecas dessa instituição (BUC3M); quatro respostas que correspondiam a

²²⁴ A Universitat Oberta de Catalunya é uma universidade espanhola que oferece cursos de ensino à distância, não presencial com sede em Barcelona. Trata-se de uma universidade cuja fundação ao qual está vinculada é pública e, assim, é financiada com recursos públicos, que se apresenta como pública; mas, também está financiada parcialmente com recursos privados e, do ponto de vista jurídico, se constitui como privada.

bibliotecas da Universitat de Barcelona, biblioteca do *campus* da saúde Bellvitge (BUBBEL), biblioteca do curso de Relações Trabalhistas (BUBREL), biblioteca do curso de Farmácia (BUBFAR), biblioteca da Faculdade de Economia e Ciências Empresariais (BUBECE); uma resposta que correspondia a todas as bibliotecas da Universidad de Alcalá de Henares (BUAH); e uma resposta que correspondia ao grupo que trabalha com as redes sociais nas bibliotecas da Universidad de Alicante. O gráfico da figura 47 representa cada uma das quantidades dos responsáveis pelas redes sociais nessas bibliotecas indicadas acima.

Figura 47 – Quantidade de responsáveis pelas redes sociais nas BU pesquisadas



Fonte: Elaborada pelo autor.

Neste sentido, para entender melhor o processo de adoção e o perfil dessas bibliotecas destacaram-se algumas falas dos bibliotecários entrevistados considerando de quem era a responsabilidade pela atualização das redes sociais na BU visitada e como se deu essa seleção para a referida atividade.

Na Biblioteca da Universidade de Alicante (BUA) existe um coordenador geral, que é o responsável pela comunicação da biblioteca. Essa pessoa supervisiona dois bibliotecários que respectivamente se encarregam do *Blog* e do perfil no Facebook. A seleção desses profissionais se deu de forma voluntária, além disso, eles possuem outras funções que desempenham na BUA.

A estrutura existente na Biblioteca da Universidade de Barcelona (BUB) – também chamada de Centro de Recursos para a Aprendizagem e a Investigação. (do catalão, *Centre de Recursos per a l'Aprenentatge i la Investigació*, CRAI) foi definida pela Unidade Transversal de Projetos liderada pela Senhora Judit Casals Parladé (o CRAI está estruturado em 18 bibliotecas e sete unidades transversais, uma das quais é a Unidade de Projetos) que coordena o projeto da Web 2.0, onde estabelece relações, prepara e controla procedimentos relacionados com as bibliotecas da UB. Nota-se que essa rede de BU possui uma organização bem estruturada o que faz com que os

procedimentos pioneiros adotados em algumas das bibliotecas da rede sejam discutidos por todos que participam dela.

Apesar de haver uma organização, esse processo de adoção pode ser distribuído entre os colaboradores das bibliotecas que fazem parte da rede, segundo a bibliotecária da UPV cada biblioteca de *campus* conta com diferentes responsabilidades. Na biblioteca geral se encarrega um ajudante de biblioteca da área de novas tecnologias da biblioteca da UPV que por sua vez gerencia a página web, concentrando-se assim toda a comunicação por meio dessa rede. No restante dos *campi* esse trabalho é distribuído entre diferentes colaboradores.

Um aspecto mencionado nas entrevistas observou que as ferramentas 2.0 estão facilitando o acesso aos recursos de informação, por meio da comunicação dos serviços oferecidos pela biblioteca aos usuários das redes sociais. Assim, a entrevistada da BUB destacou que uma biblioteca que adota as plataformas da Web 2.0 para melhorar os seus serviços é aquela que quer potencializar os serviços *online* e facilitar a autossuficiência de recursos para o usuário.

Outro ponto de vista observado diz respeito à inovação dos serviços de informação pelas bibliotecas que permite adaptar-se às necessidades dos usuários. De acordo com o bibliotecário da BUA o perfil de uma biblioteca que adota as redes sociais requer características inovadoras, assim procurou-se indagar qual era este perfil? Nesse sentido, o entrevistado definiu assim, o perfil da biblioteca que adota as redes sociais: “é um perfil aberto, colaborativo, participativo, acessível a todos, transversal, próximo ao usuário e adaptado ao seu entorno, com mais usuários e com melhores possibilidades técnicas.”

O conceito de inovação foi novamente mencionado pela bibliotecária da BUVA Reina Sofia, segundo ela o perfil de uma biblioteca que adota as plataformas da Web 2.0 pode ser considerado o de uma que quer ser aberta e inovadora. Essa abertura na oferta de serviços informacionais também foi ressaltada pela bibliotecária entrevistada da BUAH, segundo ela o perfil da biblioteca que adota as redes sociais é o de uma biblioteca aberta disposta a conectar e interagir com os usuários no âmbito virtual, utilizando-se de ferramentas da web que atribuem um impacto digital tão importante quanto aquele existente na gestão e administração presencial da biblioteca.

Ao considerar a filosofia de participação dos usuários da Web 2.0, a bibliotecária da UPV disse que o perfil de biblioteca que adota as redes sociais representa uma biblioteca onde os usuários se relacionam com as novas tecnologias, e que estão dispostos a investigar novas formas de comunicação e, em geral, são capazes de aproveitar as oportunidades de melhora que oferecem essas ferramentas.

Em suma, o perfil das BU que aqui foram observadas demonstra que essas bibliotecas possuem profissionais ligados à área de comunicação e de novas tecnologias que são responsáveis por atualizar as redes sociais. Além disso, esses profissionais possuem perfil inovador, colaborativo

e aberto, onde gerenciam todos os aspectos que permitem explorar os recursos colaborativos e trazer resultados de acordo com o planejamento desenvolvido pela biblioteca.

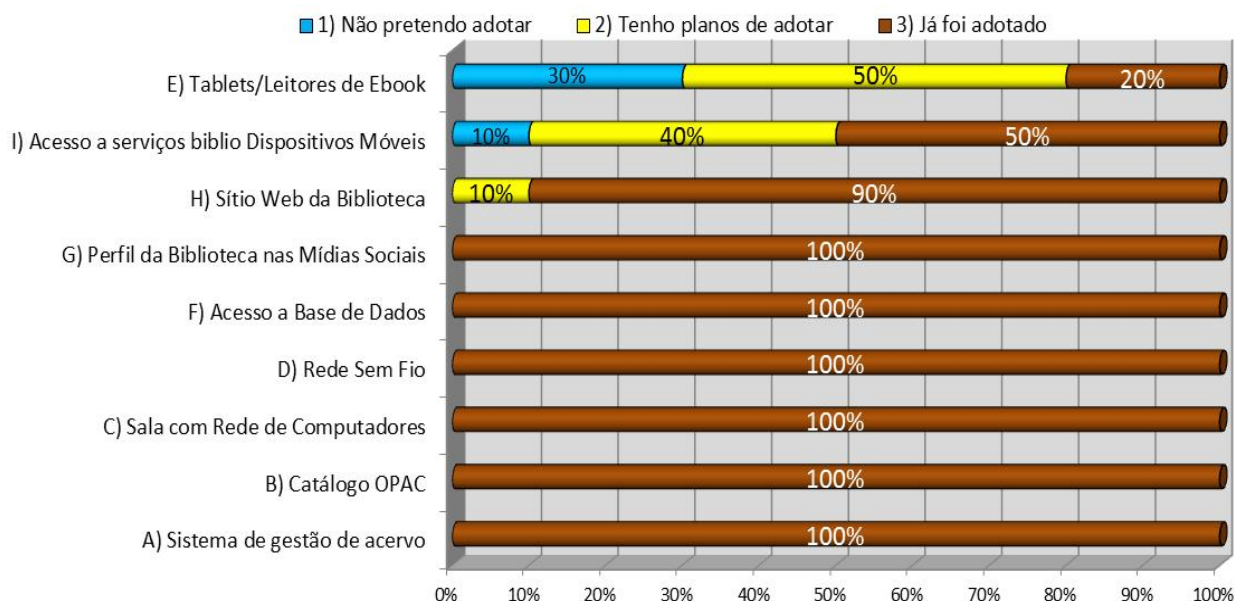
A próxima variável explorada no Perfil da Biblioteca foi a relacionada com o nível de automação da biblioteca.

5.2.2 Automação

A automação de bibliotecas reúne os sistemas informatizados e todos os aparatos tecnológicos que servem de apoio para o gerenciamento da biblioteca. Rowley (1994) destaca que a automação de bibliotecas pode ser gradativa, devido à limitação de recursos, ou integrada, que permite a biblioteca dispor de processos compatíveis com a circulação do material bibliográfico como um todo. Assim, procurou-se na questão 1I destacar alguns serviços ou aparatos tecnológicos contemporâneos que poderiam ajudar a analisar o nível de adoção desses nas bibliotecas.

Em relação ao nível de adoção da automação dos serviços das bibliotecas universitárias pesquisadas, pôde observar que essas bibliotecas já estão com um nível elevado de automação conforme pode ser visualizado na figura 48.

Figura 48 – Nível de adoção da automação dos serviços oferecidos pelas BU pesquisadas



Fonte: Elaborado pelo autor.

Ao ser avaliada a automação dos serviços ou equipamentos oferecidos pelas BU pesquisadas cabe citar que seis deles que já tinham atingido 100% de adoção, conforme a seguir: 1) o sistema de gestão do acervo; 2) o catálogo OPAC; 3) serviço de sala com rede de computadores; 4) acesso gratuito à internet por rede sem fio; 5) acesso a base de dados; 6) perfil da biblioteca nas redes

sociais. Enquanto 90% já haviam adotado como serviço o sítio web da sua biblioteca, somente o sítio web da biblioteca da Reina Sofia da Universidad de Valladolid ainda encontrava-se em processo de implantação o que correspondeu aos 10% observados neste caso.

Em relação à disponibilização de *tablets* e leitores de *ebook* para os usuários, este serviço foi adotado em 20% das BU (Reina Sofia e UC3M), já 50% pretendem adotar, e 30% não tinham planos de adotar este serviço. Segundo Alonso-Arévalo (2013) isso pode ser observado pelo fato de ainda não existir um fenômeno consolidado de empréstimo de livros eletrônicos para bibliotecas. Além disso, uma pesquisa realizada pela Federación de Gremios de Editores de España (2013) em conjunto com o Ministério da Cultura espanhol para se conhecer os Hábitos de Leitura e Compra de Livros na Espanha em 2012 (em castelhano, *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2012*²²⁵) indicava que somente 9,7% dos espanhóis dispunham de um dispositivo de leitura dedicado - um *tablet* ou leitor de tinta eletrônica. Alonso-Arévalo (2013) ressalta que esta situação no fundo se trata de uma desconfiança dos editores de livros, na Espanha e de outros países, que consideram o formato digital como potencialmente canibalizador²²⁶ do impresso e assim, pode ocasionar quebras ou perdas no modelo de negócio que permaneceu imutável durante décadas.

O acesso a serviços da biblioteca por dispositivos móveis já pode ser observado em 50% das BU pesquisadas (Bibliotecas da Universidad de Barcelona, Bibliotecas da Universidad Politecnica de Valencia, Bibliotecas da Universidad de Alicante), 40% tem planos de adotar e 10% não tem planos. Vale destacar, de forma surpreendente, que a BU que não tinha planos de adotar fazia parte de uma rede de bibliotecas que já adotou esta tecnologia para automação de serviços para bibliotecas.

Nas visitas realizadas a outras bibliotecas universitárias que não participaram da pesquisa, pode-se destacar que já existe uma preocupação na oferta do empréstimo de dispositivos de leitura digital com o conteúdo didático previamente carregado na memória para os usuários das bibliotecas. Este fato, segundo Gómez-Gómez (2012), pode ser considerado como a fase inicial de implantação dos *ebooks* em bibliotecas espanholas. Assim, pode-se citar como exemplo, aquele observado em visita à biblioteca da Universidade de Salamanca²²⁷ (USAL), que oferece durante sete dias para empréstimo os dispositivos de leitura digital da marca Papyre modelo 6.1 que é normatizado para o uso a fins docentes; outro exemplo de biblioteca visitada, foi a biblioteca da Universitat Oberta de

²²⁵ *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2012*. Disponível em: <http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/HabitosLecturaCompraLibros2012ESP_310113_1.pdf>. Acesso em: 20 out. 2013.

²²⁶ Em gestão, o termo canibalização é utilizado para designar a redução nas vendas de determinado produto ou serviço provocada pela comercialização, pela mesma empresa, de outro bem ou serviço que de alguma forma seja seu substituto.

²²⁷ Servicio de préstamo de lectores de libros electrónicos – USAL. Disponível em: <<http://sabus.usal.es/e-libros/>>. Acesso em: 10 out. 2013.

Catalunya²²⁸ (UOC) que oferece para empréstimo os modelos Kindle 2 e iRex Digital Reader 1000S a todos os usuários ativos que pertencem à UOC durante um período de 15 dias com até uma renovação neste período. Também vale mencionar o exemplo da biblioteca da Universidad Complutense de Madri que possui desde 2011 uma política de aquisição e desenvolvimento da coleção digital²²⁹ definida para as suas bibliotecas, e para discutir essas questões participou da *Jornada sobre préstamo de E-readers y contenidos electrónicos*²³⁰ em 2012 promovida pela biblioteca da Universidad Carlos III de Madri.

O tema da oferta de conteúdo digital para disponibilizar estes dispositivos de leitura de livros eletrônicos ainda impacta sua adoção. Isto se deve ao fato de haver ainda no mercado espanhol uma escassez de oferta de livros eletrônicos editados na língua nacional, embora também ocorram problemas na hora de gerir estes livros, pois cada editora possui uma plataforma de gestão específica. O paradigma das coleções digitais faz com que as bibliotecas universitárias que primeiramente experimentaram a adoção dos dispositivos de leitura digital e a compra de livros eletrônicos, agora vão avaliar como será o acesso a títulos e às licenças de uso disponibilizados nas “nuvens”, o que faz com que as BU espanholas procurem por modelos americanos como a plataforma de empréstimo de livros eletrônicos da Overdrive²³¹, ou da Amazon²³² para poder emprestar os seus livros eletrônicos. Neste caso, os serviços de distribuição de conteúdo digital como a Librandia²³³ na Espanha, ou ainda modelos disponibilizados em bibliotecas públicas espanholas como os da região da Galícia²³⁴, ou do município de Cartagena²³⁵ sirvam como exemplo para serem avaliados pelas BU espanholas.

O acesso aos serviços das BU por meio de dispositivos móveis ainda é um tema muito comentado na Espanha vale ressaltar a XIII *Jornadas Españolas de Documentación* promovida pela *Federación Española de Sociedades de Archivística, Biblioteconomía, Documentación y Museística* (FESABID) - realizada em 2013, na cidade de Toledo. No programa científico abordado nesse

²²⁸ Libros electrónicos: servicio de consulta y préstamo – UOC. Disponível em: <<http://biblioteca.uoc.edu/ebooks/esp/>>. Acesso em: 10 out. 2013.

²²⁹ *Política de adquisición de libros electrónicos en línea de la Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid*. Disponível em: <<http://biblioteca.ucm.es/intranet/doc17132.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2013.

²³⁰ Disponível em: <<http://biblioteca.ucm.es/blogs/boletinbibliotecario/5550.php#.UmkwdPlwqSo>>. Acesso em: 20 out. 2013.

²³¹ Overdrive expande catálogo e redes de bibliotecas atendidas internacionalmente. *Digital Book World*, 7 out. 2013. Disponível em: <<http://www.digitalbookworld.com/2013/overdrive-expands-catalog-and-library-network-internationally/>>. Acesso em: 20 out. 2013.

²³² Amazon patenteia sistema para mercado de objectos digitais. 8 fev. 2013. Disponível em: <<http://www.publico.pt/tecnologia/noticia/amazon-patenteia-sistema-para-mercado-de-objectos-digitais-usados-1583881>>. Acesso em: 20 out. 2013.

²³³ Librandia. Disponível em: <<http://www.librandia.com/>>. Acesso em: 20 out. 2013.

²³⁴ Rede de Bibliotecas de Galicia – Galicia *Ebooks*. Disponível em: <<http://www.galiciaebooks.es/>>. Acesso em: 20 out. 2013.

²³⁵ *Bibliotecas Municipales Cartagena – Préstamo de libros electrónicos*. Disponível em: <<http://ebook.cartagena.es/>>. Acesso em: 20 out. 2013.

evento²³⁶, organizou-se uma mesa de trabalho com 12 profissionais da área de Ciência da Informação da Espanha de forma presencial ou por meio de videoconferência para tratar da problemática que envolve o uso de tecnologias e aplicações para dispositivos móveis em vários tipos de bibliotecas sejam elas públicas, universitárias e bibliotecas móveis. Neste encontro foram tratados por estes 12 especialistas de diversos temas da área de mobilidade como, por exemplo: a geolocalização, os códigos QR, a realidade aumentada, a tecnologia *Near Field Communication* (NFC)²³⁷ e aplicações desenvolvidas para dispositivos móveis (*smartphones*) que fazem acesso aos serviços nas Bibliotecas da Universidad de Salamanca – BiblioUSAL²³⁸, ou ao Sistema de Bibliotecas Públicas de Barcelona - BibliosBCN²³⁹. Isso demonstra a preocupação junto aos profissionais da área de informação na Espanha quando o assunto está relacionado com dispositivos móveis e bibliotecas.

Cabe aqui, destacar a literatura observada nesta tese relacionada com a disponibilização de dispositivos móveis em bibliotecas e que contemple a adoção destes serviços de automação de bibliotecas. Tal fato indica que a Web Móvel 2.0 conecta as pessoas por meio das redes sociais e, assim permite que a biblioteca promova as suas ações, bem como, propicie o acesso às informações aos usuários de bibliotecas resultando no estabelecimento de serviços virtuais que procurem atender às necessidades dos usuários hiperconectados (KROSKI, 2008; ARROYO-VÁZQUEZ, 2009; MCCLARY, 2012).

Pode-se observar ainda pela literatura acerca do tema do catálogo OPAC adaptado para dispositivos móveis (*Mobile OPAC* ou *mOPAC*), que este ainda requer maior desenvolvimento por parte dos fornecedores de sistemas para atender às necessidades dos usuários que utilizam dispositivos móveis aproveitando a sua experiência no uso de redes sociais para compartilhar uma informação cotidiana que acrescente algo aos registros do catálogo e, assim permita às BU fazer a difusão da informação científica no espaço virtual.

A próxima variável, ainda relacionada com o perfil da biblioteca, corresponde às funcionalidades do catálogo OPAC que possibilitam a essas bibliotecas incorporar a filosofia de participação do usuário que está presente na Web 2.0.

²³⁶ Programa sobre dispositivos móveis e livros eletrônicos FESABID 2013. Disponível em:<<http://www.fesabid.org/toledo2013/dispositivos-moviles-y-bibliotecas-experiencias-que-conectan-lo-presencial-y-lo-digital>>. Acesso em: 20 out. 2013.

²³⁷ A tecnologia Near Field Communication (NFC) foi desenvolvida em 2002 pela japonesa Sony e a holandesa Philips e pode ser encarada como uma tecnologia de comunicação sem fio que é formada por uma especificação que permite a comunicação sem fio entre dois dispositivos mediante uma simples aproximação entre eles, sem que o usuário tenha que digitar senhas, clicar em botões ou realizar alguma ação do tipo para estabelecer a conexão. Disponível em:<<http://www.infowester.com/nfc.php>>. Acesso em: 20 out. 2013.

²³⁸ BiblioUSAL – Aplicação para plataforma Android ou iOS. Disponível em:<<http://bibliotecas.usal.es/?q=aplicaciones-moviles-0>>. Acesso em: 20 out. 2013.

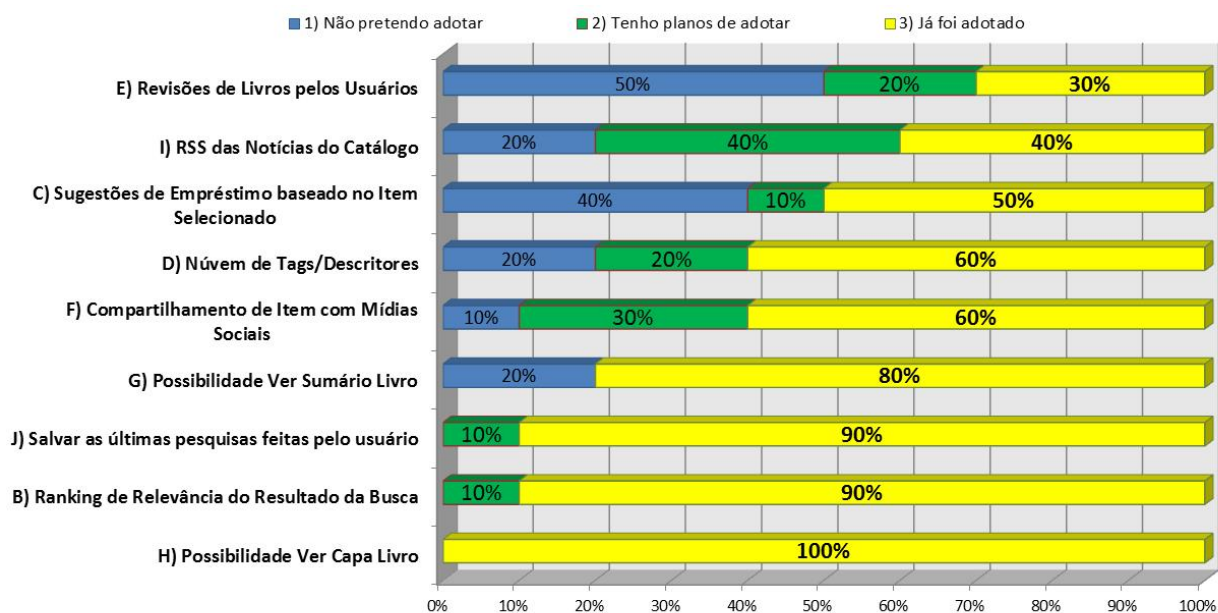
²³⁹ BibliosBCN – Aplicação para plataforma Android ou iOS. Disponível em:<<http://apps4bcn.cat/app/bibliosbcn/273>>. Acesso em: 20 out. 2013.

5.2.3 Funcionalidade do catálogo OPAC

As funcionalidades do catálogo OPAC, objeto da pergunta 1L, foram incluídas na análise desta pesquisa em função da necessidade de se observar se já havia algum indício de possibilidade de interação com os usuários das BU pesquisadas que fosse realizada por meio de um OPAC 2.0. Assim, esta interação poderia ser promovida por meio de comentários, resenhas, compartilhamento do registro bibliográfico com as redes sociais, etc. e, conseqüentemente, dando a possibilidade de se criar conteúdo pelo usuário que fazem parte da filosofia presente na Biblioteca 2.0 (MANESS, 2007; OECD, 2007; STEPHENS; COLLINS, 2007; WILLIAMS *ET AL.*, 2010; MARTY; KAZMER, 2011).

Mercun e Zumer (2008) ressaltaram na literatura aqui apresentada seis características presentes em catálogos OPAC 2.0, a saber: a) *design* de busca; b) *design* da página de resultados e navegação; c) conteúdo enriquecido e listas de recomendação; d) participação do usuário; e) personalização do perfil do usuário; f) outras tendências. Neste sentido, para atender a pelo menos uma destas características elaborou-se nove funcionalidades apresentadas na pergunta 1L presente no questionário desta pesquisa sendo que não foi contemplado a característica de *design* de busca por ser muito elementar para um catálogo OPAC.

Apesar das funcionalidades do catálogo OPAC relacionadas na questão 1L do questionário serem à princípio técnicas, o que poderia comprometer nas respostas caso o bibliotecário não fosse um especialista na tecnologia, procurou-se observar qual era o nível de adoção destas funcionalidades presentes em um catálogo OPAC que as BU pesquisadas já haviam adotado. Desta maneira, o gráfico da figura 49 relaciona o nível de adoção dessas funcionalidades. Pode-se destacar em ordem das funcionalidades que já foram adotadas pelas BU pesquisadas: 1) possibilidade de ver a capa do livro: (100% já adotaram); 2) *Ranking* de relevância no resultado da busca feita ao catálogo OPAC: (90% já adotaram e 10% têm planos de adotar); 3) possibilidade de salvar as últimas pesquisas feitas pelo usuário: (90% já adotaram e 10% têm planos de adotar); 4) Possibilidade de ver o sumário do livro: (80% já adotaram e 20% têm planos de adotar); 5) Compartilhamento do registro bibliográfico (item do catálogo) com as redes sociais: (60% já adotaram; 30% têm planos de adotar, 10% não pretendem adotar); 6) Sugestões de empréstimo baseado no registro bibliográfico selecionado: (50% já adotaram, 10% têm planos de adotar, 40% não pretendem adotar); 7) RSS das notícias incluídas no catálogo OPAC: (40% já adotaram, 40% têm planos de adotar, 20% não pretendem adotar); 8) Revisões/Resenha de Livros pelos usuários da biblioteca: (30% já adotaram, 20% têm planos de adotar, 50% não pretendem adotar).

Figura 49 – Nível de adoção das funcionalidades do catálogo OPAC nas BU pesquisadas

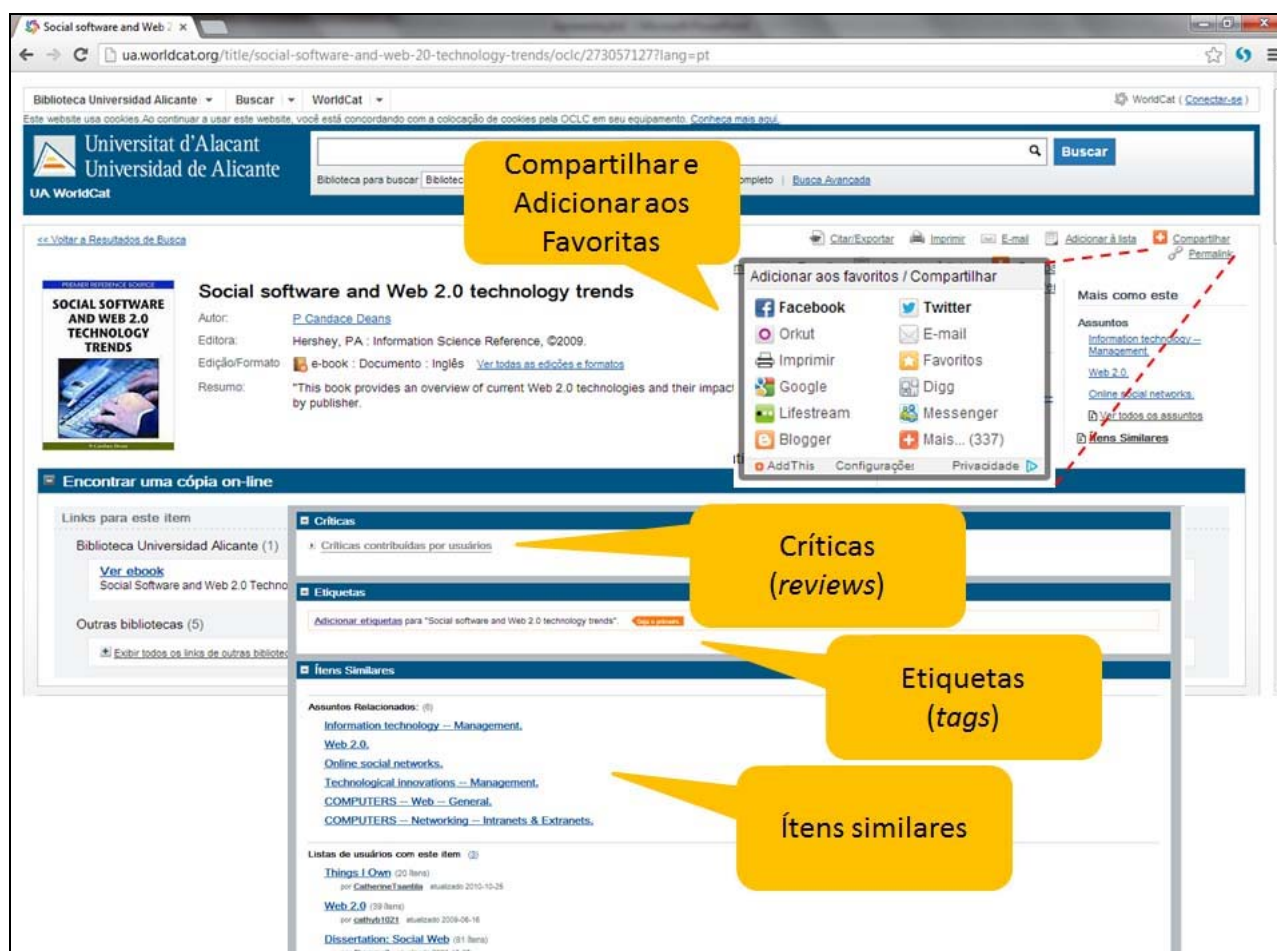
Fonte: Elaborado pelo autor.

Pode-se perceber, pelas respostas constantes na figura 49, que dentre as características apresentadas por Mercun e Zumer (2008) as que ficaram mais evidentes em termos de interação do usuário com o OPAC 2.0 nas BU foram: 1) conteúdo enriquecido pelo usuário e listas de recomendação; 2) *design* da página de resultados e navegação; 3) personalização do perfil do usuário; 4) conteúdo enriquecido pelo usuário; 5) outras tendências; 6) participação do usuário; 7) conteúdo enriquecido pelo usuário; 8) outras tendências; 9) participação dos usuários.

O interesse que as BU espanholas possuem em implantar o OPAC 2.0 nas instituições pode ser observado em algumas respostas contidas nas entrevistas com os bibliotecários que eram responsáveis pelas redes sociais dessas BU.

Um dos projetos atualmente desenvolvido pela BUA envolve a adoção da ferramenta de descobrimento de informações por meio do catálogo OPAC WorldCat da OCLC que permite ao usuário entre outras funcionalidades 2.0: elaborar uma lista de livros e compartilhar com outros usuários, como também compartilhar ou adicionar aos favoritos dados do registro bibliográfico nas redes sociais, adicionar etiquetas (do inglês, *tags*), fazer críticas sobre determinado material bibliográfico (do inglês, *reviews*) e ainda observar assuntos que estejam relacionados com a temática daquele registro bibliográfico por meio da funcionalidade “Itens similares”. Nesse sentido, o projeto pretende “carregar” cerca de 500 mil registros já catalogados para a leitura no WorldCat que foi lançado oficialmente em março de 2012 nessa universidade. A figura 50 exibe a interface do WorldCat na Biblioteca da Universidade de Alicante.

Figura 50 – Catálogo WorldCat da biblioteca da Universidade de Alicante



Fonte: Elaborado pelo autor.

Outra questão a ser refletida no cenário da Web 2.0 é a possibilidade do enriquecimento de conteúdo pelo bibliotecário e, também, pelo usuário que estas ferramentas 2.0 propiciam. Assim, o entrevistado da BUA afirma que para haver este enriquecimento será necessário integrar todos os recursos presentes no catálogo OPAC, porque a informação nesse local se encontra dispersa e o aluno não sabe onde buscá-la.

Então se procurou saber de que forma é possível o bibliotecário colaborar para enriquecer o conteúdo do catálogo com a utilização das redes sociais. As respostas dos bibliotecários que trabalham com o catálogo OPAC e desenvolvem algum aspecto relativo à interação com os usuários podem ser observadas a seguir:

[...] é possível colaborar para o enriquecimento do conteúdo do Catálogo 2.0 fazendo a difusão da sua existência junto aos usuários que estão presentes na biblioteca (BUVA).

[...]o uso das ferramentas 2.0 pode ajudar nesta integração e na criação de um novo modelo de catálogo OPAC que ofereça um único ponto de acesso à informação. Isto poderia ser realizado mediante a integração de metadados de todos os recursos

de modo que permitisse uma consulta global por meio de uma interface que fosse apresentada em diversos idiomas (BUA).

[...] algumas formas possibilitam colaborar para o enriquecimento do conteúdo do catálogo OPAC da biblioteca entre elas as etiquetas (*tags*) e os comentários dos próprios usuários. Além disso, o acompanhamento daquelas informações que mais interessam aos usuários por meio do compartilhamento de *links* na plataforma podem ajudar nessa atividade. BUPV

Segundo a bibliotecária da BUVA Reina Sofia, é possível colaborar para o enriquecimento do conteúdo do Catálogo 2.0 fazendo a difusão da sua existência junto aos usuários que estão presentes na biblioteca. Assim, o elemento chave para o enriquecimento é a difusão dos serviços oferecidos pelo catálogo OPAC para permitir que os usuários tomem conhecimento e possam por meio de oficinas, cursos ou alguma atividade formativa realizada pela biblioteca saber como esse enriquecimento de conteúdo pode ser feito.

Outro aspecto relativo ao catálogo OPAC dizia respeito a possibilidade do usuário interagir ou colaborar para o enriquecimento do conteúdo do catálogo assim, na questão 12 do roteiro de entrevista procurou-se saber o que faz o usuário interagir para colaborar no enriquecimento do conteúdo do catálogo OPAC que trabalha com as redes sociais. Desta maneira, foram expressas algumas respostas, a seguir:

[...] o que faz o usuário interagir/colaborar para enriquecer o conteúdo é primeiramente fazer com que ele tenha conhecimento das funcionalidades que permitem colaborar, em seguida, tem que fazer ele se interessar pela notícia e torna-la útil para os seus pares (BUVA).

[...] é a possibilidade de o usuário poder dar a sua opinião, a sua avaliação do livro que foi lido ou consultado e ainda poder etiquetá-lo com palavras-chave pessoais (BUAH).

Pelo momento não se estabeleceu ainda nenhum canal para enriquecer o conteúdo do catálogo com o uso das redes sociais, apenas foram estabelecidos os canais de difusão (código QR, compartilhar registro com as redes sociais, etc.) nem para os bibliotecários nem para os usuários. Contudo, em conversas recentes os bibliotecários estão levando adiante estudos a respeito, mas não se desenvolveu nada ainda (BUB).

[...] o catálogo OPAC instalado aqui na biblioteca da UPV oferece ferramentas que fazem o usuário interagir/colaborar para enriquecer o conteúdo do OPAC e permitem realizar a marcação social dos registros por parte dos usuários por meio de: pontuação, etiquetagem, comentários, etc. (BUPV).

Ao observar o contexto da organização do conteúdo presente no OPAC com a possibilidade de o usuário poder interagir, criar e compartilhar conteúdo por meio das redes sociais, alguns bibliotecários exprimiram sua opinião:

[...] é altamente desejável que o catálogo transforme sua aparência e sua forma de acesso a informação. O OPAC atual carece de flexibilidade, e embora resolva e sirva de pesquisa para encontrar a informação, ele adoece de problemas como, por exemplo, a falta de conexão com os recursos eletrônicos que a biblioteca oferece de forma direta. A interface precisa ser flexível e fácil de usar e que permita a possibilidade de interagir com o usuário semelhante aquelas existentes atualmente nas livrarias *online*, incluindo opiniões, etiquetas, salvar pesquisas, capacidade de sugerir livros de acordo com buscas realizadas anteriormente etc. Que lhe permita recomendar ao usuário um livro para logo em seguida compartilhar nas redes sociais, que permita pular entre outros conteúdos que o bibliotecário tenha introduzido ou relacionado etc. Assim, todas essas mudanças sofridas poderão melhorar a organização do conteúdo no OPAC (BUAH).

[...] outra forma de ampliar esse enriquecimento e favorecer a colaboração dos usuários na criação de conteúdo no catálogo OPAC, seria que essa ferramenta permitisse ao usuário enviar as suas seleções de recursos para compartilhar com outros usuários (BUA). Desse modo, podemos refletir juntamente com o entrevistado que diante desse cenário é evidente que a organização de conteúdo teria consequências positivas do ponto de vista social ao promover a interlocução nesse espaço e, também, do aspecto tecnológico ao melhorar essa ferramenta trazendo uma perspectiva de agregador de conteúdo externo.

[...] o próximo trabalho a ser discutido envolve a adoção das plataformas da Web 2.0 no Catálogo OPAC das Bibliotecas Universitárias da Catalunia. No contexto do Consórcio de Bibliotecas Universitárias da Catalunia (CBUC) se está trabalhando em um projeto de mudança de sistema há três anos cujo marco principal retorna ao estudo da integração de plataformas 2.0 que permitam a interação do usuário com estas ferramentas colaborativas (BUB).

[...] em relação à organização do conteúdo presente no OPAC este poderá sofrer mudanças no momento em que houver maior interação com os usuários, e assim, será possível adaptar o OPAC às suas necessidades (BUPV). Isso demonstra a importância que há em procurar iniciativas que motivem a maior interação dos usuários que permita realizar essa mudança.

Estas mudanças ocasionadas no catálogo OPAC para se adaptar a um modelo de OPAC 2.0 podem ser resultado da dificuldade que o usuário tem para encontrar uma informação nos modelos

OPAC tradicionais ao inserir ingredientes inovadores para aproveitar as possibilidades de comunicação e participação dos usuários nas redes sociais. (BYRUM, 2005; COYLE, 2007; BLYBERG, 2009; ROLLA, 2009; REDDEN, 2010)

Por fim, questionaram-se quais seriam as expectativas e necessidades dos bibliotecários entorno da interação com os usuários que utilizam o catálogo OPAC compartilhando informações com os perfis das aplicações da Web 2.0 disponibilizadas pelas BU?

A entrevistada da BUB disse que desconhece quais são as expectativas e necessidades dos bibliotecários com a interação com os usuários de OPAC que utilizam as redes sociais, mas existe a previsão de incluir este tema nas próximas pesquisas de satisfação de pessoal que trabalham na BUB e dos usuários deste espaço (BUB).

[...] as expectativas são de poder oferecer ao usuário o que eles necessitam, satisfazendo suas necessidades e o que nesse momento estão demandando com a finalidade de conseguir ser uma biblioteca mais participativa e colaborativa. (BUA).

A bibliotecária entrevistada na BUAH observou que “os bibliotecários terão que mudar de forma drástica a sua mentalidade.

Pode-se assim, refletir que a BUA apresenta uma visão bem definida desse contexto social e colaborativo que as ferramentas da Web 2.0 oferecem para o diálogo com o usuário, cabe ressaltar, que o acompanhamento do desenvolvimento dessas ferramentas requer que o processo de planejamento e gestão com indicadores bem definidos estejam de acordo com as diretrizes estabelecidas num patamar estratégico e acadêmico pelo qual deve passar essa biblioteca.

Apesar de achar que os bibliotecários são excelentes profissionais, a bibliotecária da BUAH acredita que a formação destes profissionais é regida por parâmetros fortemente normalizados que tinham uma razão de ser no mundo “analógico”, no mundo virtual deixaram de ter sentido. Os OPAC atuais estão experimentando uma forte transformação e suas funções novas obrigarão o bibliotecário a utilizar novos critérios de trabalho.

Essa transformação que está ocorrendo nos OPAC irá se refletir na assimilação da “Atitude 2.0”, também chamada de filosofia da Web 2.0, que pode trazer implicações no aproveitamento da inteligência coletiva no espaço das bibliotecas. Entretanto, Margaix-Arnal (2007) ressalta que as bibliotecas devem criar mecanismos que motivem os usuários a participar o que requer trazer novos conteúdos e proporcionar uma experiência que provoque o engajamento tão sonhado por aqueles que trabalham com *softwares* sociais.

Assim, observando ainda as particularidades e atributos presentes nas redes sociais das BU pesquisadas, que correspondem ao objetivo específico de número um, o próximo segmento trata do

perfil das redes sociais, considerando que objetivo levou essas bibliotecas a estarem presentes nestes espaços, como se iniciou esse processo, qual o tipo de público com o qual a biblioteca interage e como acontece essa participação neste ambiente virtual sócio-interativo.

5.3 Perfil das redes sociais

A seção relacionada com o perfil das redes sociais procurou atender as variáveis de participação nas redes sociais, implantação destas ferramentas, e os serviços ou iniciativas considerados pelo bibliotecário que possibilitam a biblioteca interagir com o usuário.

5.3.1 Participação nas redes sociais

A variável “participação nas redes sociais” procurou considerar o que levou as BU pesquisadas a adotarem ferramentas 2.0 no seu espaço considerando as plataformas mais utilizadas. Assim, entende-se que a BU pode oferecer um acesso à informação por meio de dispositivos móveis que tenham acesso à internet e sejam utilizados pelo usuário no sentido de permitir compartilhar conteúdo entre o bibliotecário e o usuário, promovendo uma cultura de participação dos usuários que serão contemplados com uma experiência multimídia, aberta e colaborativa.

A filosofia de participação da BU 2.0 requer que o usuário deixe de ser apenas um consumidor de conteúdo e passe a ser um criador de conteúdo que será compartilhado com o bibliotecário que irá disponibilizar ferramentas como *blogs*, *wikis*, redes sociais, ferramentas de compartilhamento de áudio, vídeo e fotos, e etiquetas (*tags*) que promovam a interlocução entre esses dois personagens. (HABIB, 2006; PIENAAR; SMITH, 2007; DORA; MAHARANA, 2008; XU; OUYANG; Chu, 2009).

Desta maneira nas seções a seguir serão destacadas qual foi o objetivo da adoção das redes sociais nas BU e como esta começou para, logo em seguida, conhecer aspectos que levaram a BU a promover a interação com as redes sociais no seu espaço virtual.

O objetivo da adoção e como esta começou nas BU pesquisadas

No sentido de procurar respostas para a pergunta formulada na introdução que indagava sobre “qual é o estado atual das redes sociais da Biblioteca 2.0 adotadas por bibliotecas universitárias presentes na Espanha?” este trabalho investigou qual foi o objetivo da adoção das redes sociais e como essa se iniciou nas BU pesquisadas.

A adoção das redes sociais pelas BU pesquisadas seguiu o planejamento estratégico da biblioteca para reforçar a visibilidade dos serviços oferecidos por ela, marcar presença no espaço virtual das redes sociais e, ao mesmo tempo, melhorar os canais de comunicação com os usuários. Podem-se destacar, a seguir, algumas questões observadas nas entrevistas e levantamento de documentos destas BU.

O atual planejamento estratégico do CRAI da UB (em catalão, Project Oracle Pla estratègic 2011-2014)²⁴⁰, reforça as ações estabelecidas no planejamento anterior especificamente na sua linha de ação 2, “*Sociedad y Comunicación*”, onde destaca entre os objetivos, “contribuir para a transferência de conhecimento para a sociedade, potencializando a visibilidade dos serviços do CRAI” se reflete em: a) melhorar os canais de comunicação e participação dos usuários; b) potencializar as relações com a comunidade universitária e com a sociedade.

De acordo com a bibliotecária da UPV o principal objetivo que foi levado em conta ao se adotar os serviços da Web Social nessa biblioteca foi a melhora na comunicação com o usuário. A bibliotecária não citou questões da melhora da visibilidade da biblioteca ao responder o roteiro de entrevista. Contudo, numa das falas registradas no grupo focal realizado com as demais bibliotecárias da UPV uma delas indicou que a ferramenta Twitter foi criada também pensando melhorar a campanha de *marketing*²⁴¹ do novo Polibuscador que estava sendo implantado no período de 2010-2011. Além disso, para incrementar essa campanha de *marketing* foram também criados um *blog* “*Redescubre PoliBuscador*”²⁴², um perfil no Facebook e um super-herói em quadrinhos todos eles criados por um jovem estudante de comunicação do *campus* de Gandia responsável pela campanha durante a sua duração. A figura 51 mostra imagens exibidas na campanha de *marketing* do novo Polibuscador.

²⁴⁰ Documento Relativo ao Planejamento Estratégico do CRAI da Universitat de Barcelona período 2011 a 2014. Disponível em: <<http://www.bib.ub.edu/fileadmin/arxiu/plaestrategic2011-14.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

²⁴¹ Redescubre Polibuscador: Campaña de comercialización 2011-2012 Archivos. Disponível em: <<http://riunet.upv.es/handle/10251/14479>>. Acesso em: 01 nov. 2013.

²⁴² *Blog Redescubre Polibuscador* da UPV. Disponível em: <<http://polibuscador.blogs.upv.es/>>. Acesso em: 01 nov. 2013.

Figura 51 – Imagens da campanha de *marketing* do polibuscador da biblioteca da UPV



Fonte: Biblioteca da Universitat Politècnica de València.

O objetivo principal da BUA era estar presente onde a comunidade se encontra e, onde se relacionam os usuários nas redes sociais. Dessa maneira, havia um sentimento que a imagem da BUA poderia se atualizar perante os usuários, sobretudo os mais jovens. Para isso, o entrevistado comentou que eles deveriam utilizar as mesmas plataformas e canais de comunicação que utilizavam os seus usuários.

Em relação à adoção das redes sociais na Biblioteca da Universidad de Alicante, desde a aprovação do planejamento estratégico do serviço de bibliotecas, a gestão da rede de bibliotecas vem sendo marcada pelo cumprimento de indicadores e objetivos indicados pelo mesmo. A preocupação dessa biblioteca em se fazer presente na Web 2.0 pode ser notada na linha de “Comunicação e Difusão”, que compõe o planejamento estratégico, onde a identidade corporativa e as ferramentas da Web Social faziam parte do contexto da Universidade de Alicante.

No período de 2009 a 2010, a BUA iniciou a criação do *blog* “*El libro distraído*”²⁴³ e uma página no Facebook²⁴⁴ para uso das bibliotecas da rede. Para obter conhecimento a respeito do assunto foi então organizado um curso para os bibliotecários da UA sobre “Web social, reputação *online* e dinamização de projetos”. A figura 52 realça o *blog* “*El libro distraído*”.

²⁴³ *Blog* “*El libro distraído*” Biblioteca UA. Disponível em: <<http://blogs.ua.es/bibliotecauniversitaria/>>. Acesso em: 18 abr. 2013.

²⁴⁴ Facebook da Biblioteca UA. Disponível em: <<http://www.facebook.com/biblioteca.UA>>. Acesso em: 18 abr. 2013.

Figura 52 – *Blog da biblioteca da Universidade de Alicante*



Fonte: Biblioteca da Universidade de Alicante.

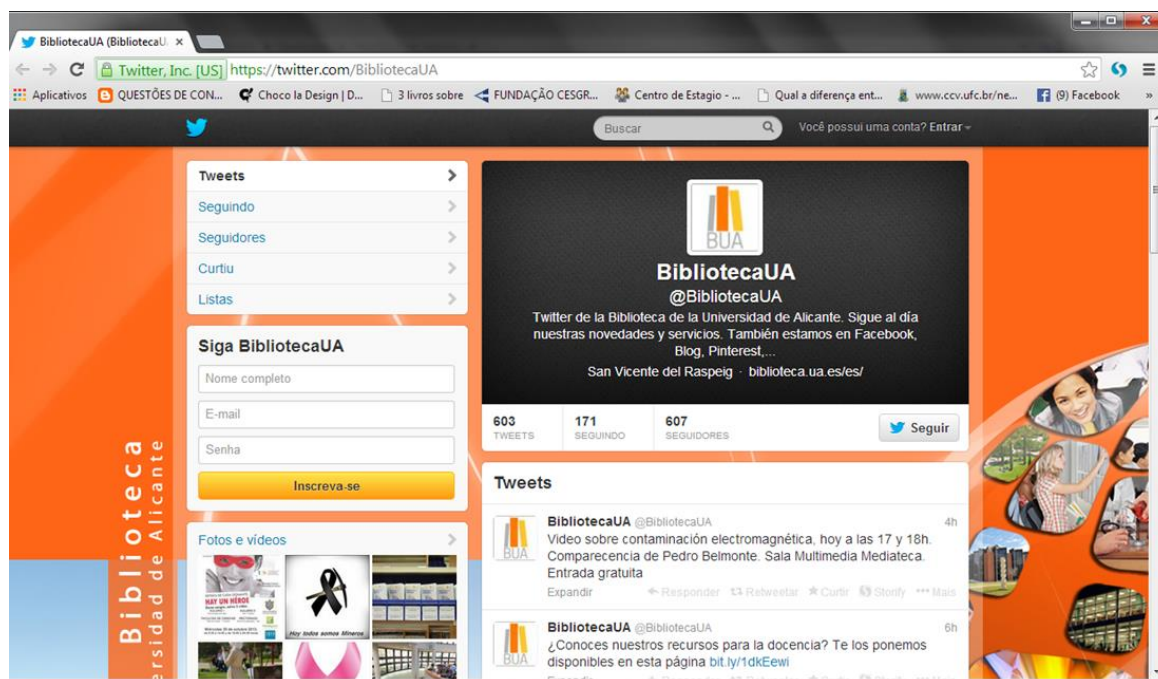
Nessa época, também, começaram a ser elaborados tutoriais sobre recursos bibliográficos e serviços oferecidos pela biblioteca, e a busca por novos canais de difusão das atividades de formação dos usuários. Ainda em relação às ações formativas, essas iniciativas, segundo o entrevistado, foram orientadas ao fortalecimento da formação contínua, assim, diversos cursos foram oferecidos pela BUA e, também, outras formações que foram voltadas às áreas relacionadas com os objetivos da biblioteca, dentre elas o curso intitulado “Novos recursos na BUA: a biblioteca e a Web 2.0”.

A adoção das redes sociais pela BUA teve como marco inicial a criação de um grupo de trabalho específico para criar o *blog* “*El libro distraído*” da BUA. Da mesma forma, surgiu a necessidade de criar um espaço da BUA no Facebook²⁴⁵. Observou-se recentemente durante a pesquisa que a BUA incorporou a esse cenário um perfil no Twitter²⁴⁶ para estabelecer outro canal de comunicação com os seus usuários. A figura 53 revela o Twitter da BUA.

²⁴⁵ Facebook da Biblioteca da Universidade de Alicante. Disponível em: < <https://www.facebook.com/biblioteca.UA>>. Acesso em: 19 abr. 2013.

²⁴⁶ Twitter da Biblioteca da Universidade de Alicante. Disponível em: < <http://twitter.com/BibliotecaUA>>. Acesso em: 19 abr. 2013.

Figura 53 – Perfil no Twitter da biblioteca da Universidade de Alicante



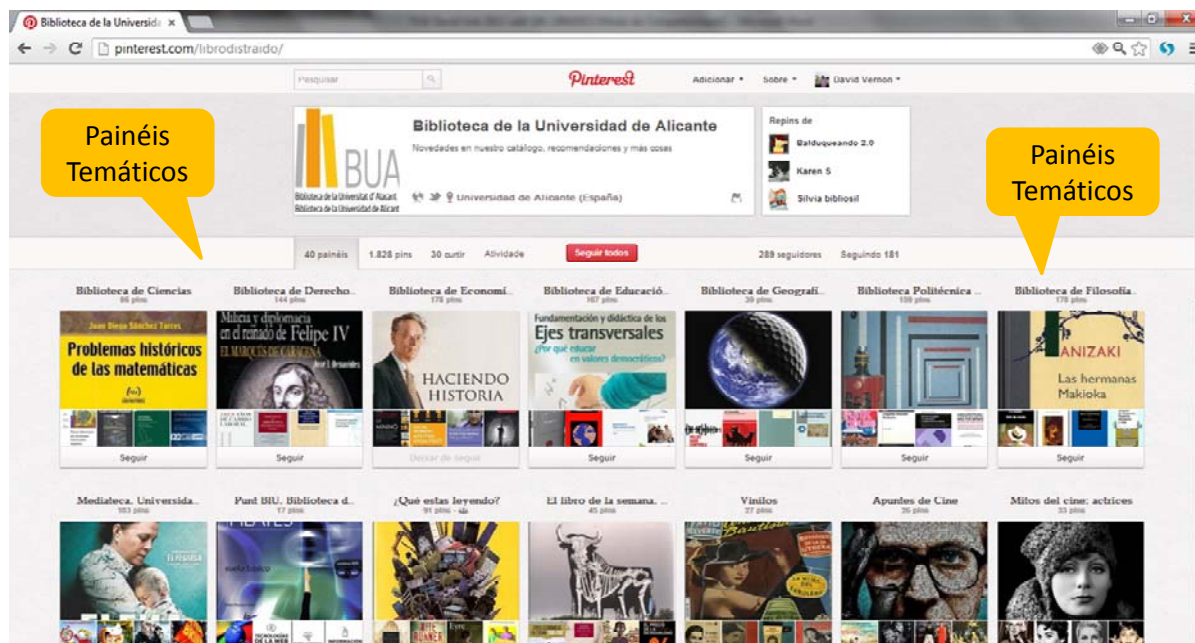
Fonte: Biblioteca da Universidade de Alicante.

Em tempos de crise econômica na Espanha onde os investimentos nas universidades públicas estão cada vez mais escassos, essas instituições sem fins lucrativos passarão por uma análise profunda e constante para a redução de custos que pode implicar na fidelidade dos usuários de bibliotecas em busca de serviços de informação diferenciados. Assim, quanto maior a procura por estudantes universitários maiores serão os investimentos públicos naquela instituição. Neste sentido, as BU espanholas estão procurando conforme indicou Lloret-Romero (2011), uma estratégia de comunicação *online*, que possa ser fonte de estímulo e provisionamento dos serviços e do *marketing* para as bibliotecas. O aumento do alcance dos usuários virtuais com a inserção de novas plataformas colaborativas pode ajudar a melhorar esta situação, procurando oferecer as ferramentas que estão se tornando tendência entre os usuários.

Neste sentido, outra ferramenta da Web 2.0 que está sendo utilizada na atualização das novidades bibliográficas do acervo da BUA é a rede social temática Pinterest²⁴⁷. Essa rede apresenta painéis para divulgar as sessões de cinema durante o verão. Desta forma, as bibliotecas da BUA de um modo geral, puderam também prestigiar o dia 23 de abril, data comemorativa do “Dia do livro” na Espanha criando e diversificando a lista de painéis para atender a estas datas comemorativas. A figura 54 representa o Pinterest “*libro distraído*”.

²⁴⁷ Pinterest das Bibliotecas da Universidade de Alicante. Disponível em: <<http://pinterest.com/librodistruido/>>. Acesso em: 19 abr. 2013.

Figura 54 – Pinterest das bibliotecas da Universidade de Alicante



Fonte: Elaborada, pelo autor, com base em Biblioteca da Universidade de Alicante.

É possível ainda constatar que no início da adoção das redes sociais nas BU espanholas pesquisadas havia uma preocupação em seguir o seu planejamento estratégico com uma orientação mais voltada para a formação e aprendizagem dos usuários dessas BU. Conforme destacou a bibliotecária entrevistada que pertence à UB.

Ao final do ano de 2006, iniciaram-se estudos e a experimentação com as ferramentas da Web 2.0, os objetivos definidos pelo Planejamento Estratégico elaborado naquela época para o período de 2006 a 2009 pelo CRAI da UB, destacavam na linha estratégica de “Aprendizagem”, no objetivo estratégico “3” referente a esta linha, “fornecer os serviços necessários para apoiar as atividades de ensino da Universidade de Barcelona, que estão baseadas no ambiente projetado para o Espaço Europeu de Ensino.

O objetivo estratégico específico 3.3 desta biblioteca referida anteriormente versava sobre o “aumento do número de serviços acessíveis pelo sítio web do CRAI da UB” e a “criação de novos serviços a partir da rede externa da UB: assinatura de jornais e recursos eletrônicos”. Dessa forma foram estudadas as diferentes possibilidades de aplicação dessa filosofia aos serviços e produtos bibliotecários que deram lugar a criação do primeiro *blog* baseado na plataforma Wordpress, em janeiro de 2007, na Biblioteca do CRAI de Letras²⁴⁸. Neste mesmo ano foram criados os *blogs* do CRAI de Farmácia, Direito e do Campus de Bellvitge que oferece cursos na área da saúde.

²⁴⁸ *Blog* do CRAI de Letras da UB. Disponível em: <<http://blocdelletes.ub.edu/>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

Em 2008, iniciou-se a campanha para divulgar os *blogs* da biblioteca da UB, e também foram criados os *blogs* da biblioteca dos cursos de Economia e Administração de Empresas, Filosofia, Geografia e História. Já o *blog* da Biblioteca do curso de Farmácia foi premiado por duas publicações “*Diario Medico*” e “*Correo Farmaceutico*” como melhor *blog* na categoria Farmacêutica. Ainda neste ano, as bibliotecas do curso de Biblioteconomia e a do *campus* de Bellvitge criaram o perfil no Facebook.

Em 2009, três bibliotecas criaram novos *blogs* (Física e Química, Pavelló de la República e Matemática) para difundir atividades, serviços e recursos das bibliotecas e também estabelecer um canal direto de participação entre o usuário e a biblioteca. Além disso, todos os *blogs* já criados passaram a fazer parte do domínio de internet .ub relativo a presença da Universitat de Barcelona na Internet. Em relação ao Facebook, duas bibliotecas do CRAI da UB criaram novos perfis, a do curso de Direito e, também a de Letras. Foi criado também nessa mesma época um perfil no agregador de notícias Netvibes para a biblioteca de Farmácia. Ainda neste ano foram criados os perfis no Twitter para as bibliotecas de Farmácia, Letras e Filosofia, Geografia e História.

Em 2010, foram adicionados os *blogs* do *campus* de Mundet e, também, da biblioteca de Fundos Bibliográficos de “Reserva”. Neste mesmo ano, os *blogs* da biblioteca de Farmácia e do *campus* de Bellvitge obtiveram a certificação da Fundação “Health On the Net” (HON)²⁴⁹ relativa a sítios web relacionados às áreas de medicina e da saúde. No *microblog* Twitter foram criados novos perfis para a biblioteca de Relações Trabalhistas, Geologia e o Depósito Digital da UB. No agregador de notícias Netvibes foram criadas páginas temáticas para as bibliotecas do *campus* de Bellvitge, Direito e Letras.

O processo de adoção das redes sociais pelas bibliotecas da Universidad de Valladolid começou na biblioteca da Escola Técnica de Engenharia Industrial quando, em 2008, foram criados perfis no Facebook, Twitter, Slideshare e Flickr²⁵⁰. Nesta época, a Innovative Interfaces, fornecedora do Sistema de Gestão de Acervo da BUVA, estava desenvolvendo em parceria com a Universidad Complutense de Madrid uma versão em espanhol do catálogo OPAC 2.0 Encore que trazia diversas funcionalidades de compartilhamento com as redes sociais. Assim, no planejamento de 2009 as bibliotecas da Universidad de Valladolid pretendiam elaborar cursos de formação para introduzir conceitos de Biblioteca 2.0 e um curso para possibilitar a criação de *blogs* para cada uma das bibliotecas da UVA. Desta forma, foi criado o *blog* dos Serviços Centrais das Bibliotecas da

²⁴⁹ Health On the Net Foundation (HON). Disponível em: < http://www.hon.ch/HONcode/Webmasters/index_sp.html >. Acesso em: 17 abr. 2013.

²⁵⁰ Informações obtidas da Memória da Biblioteca da UVA em 2008. Disponível em: < <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/1065/1/Memoria%20Biblioteca%202008.pdf> >. Acesso em: 25 jul. 2013.

UVA (em castelhano, *Blog Servicios Centrales*) e com os cursos de formação foram criados mais de 11 *blogs* distintos para as bibliotecas da UVA²⁵¹.

Assim, no ano de 2009, com a mudança da diretoria, foram criados na Biblioteca Universitária Reina S f ia da Universidad de Valladolid alguns perfis de *blogs*, Twitter, Delicious e Google Calendário que atendessem   nova demanda de usuários de BU que utilizam as redes sociais para se comunicar e compartilhar informações.

No ano de 2010, a Biblioteca da Universidad de Valladolid organizou um concurso fotográfico junto com a Vicereitoria do *Campus* de La Yutera para dinamizar os *blogs* La Yutera e F bricaUno que haviam na época. Isso mostra a preocupação com iniciativas que ajudem a diversificar os aspectos da motivação, interação e colaboração dos usuários.

Desta forma, para estabelecer um plano de melhoria dos serviços da Biblioteca da Universidad de Valladolid, em 2011 se constituiu um Grupo de Excelência da BUVA, integrado pela diretora da BUVA, chefes das unidades técnicas e um bibliotecário representando cada uma das bibliotecas, com a finalidade de fazer uma análise e diagnóstico da situação. Com isso, foram criados nove grupos de melhorias. Nesta mesma época foi implantado o Catálogo OPAC WorldCat Local da OCLC, que faz parte da plataforma da OCLC que possui mais de 26.000 bibliotecas participantes e do qual o consórcio BUCLE faz parte. O novo catálogo WorldCat²⁵² incorpora elementos característicos dos catálogos baseados na Web Social (buscas multifacetadas, *folksonomias*, comentários dos usuários, *chat*, geolocalização, etc.) e está integrado com os recursos eletrônicos disponibilizados pela UVA.

Em setembro de 2012, foi lançado como atividade junto à comunidade UVA o Clube de Leitura "*Con Mucho Gusto*" coordenado por Susana Gil-Albarellos, Professora do Departamento de Literatura da UVA. Os gestores da BUVA queriam fazer uma atividade que integrasse professores, alunos e membros docentes. Assim, foram estabelecidas dez sessões ao longo do ano letivo, cada uma com um livro com proposta de leitura. Para compartilhar informações com este clube criou-se um *blog* na plataforma Tumblr²⁵³.

De acordo com a bibliotecária da UPV o principal objetivo que foi levado em conta ao se adotar os serviços da Web Social nessa biblioteca foi a melhora na comunicação com o usuário.

Segundo a bibliotecária da UPV o processo de adoção das redes sociais na biblioteca teve como ato inicial a criação do *blog* sobre literatura "*Connecta't a la lectura*", depois foram criando

²⁵¹ Informações obtidas da Memória da Biblioteca da UVA em 2009 nas páginas 35 e 36. Disponível em:< <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/1064/1/Memoria%20Biblioteca%202009.pdf>>. Acesso em: 27 jul. 2013.

²⁵² WorldCat da Biblioteca da Universidad de Valladolid. Disponível em:< <http://buva.worldcat.org/>>. Acesso em: 29 out. 2013.

²⁵³ *Blog* do clube de leitura "*Con Mucho Gusto*". Disponível em:<<http://conmuchogustoleemos.tumblr.com/>>. Acesso em 25 jul. 2013.

contas em outras plataformas das redes sociais como o Issuu ou Slideshare, para concluir foi criada a conta no Facebook em 2010 e o Twitter em 2011.

Assim, a bibliotecária entrevistada declarou que os objetivos que levaram a BUVA Reina Sofia a adotar os serviços baseados na Web Social era que queriam utilizar as aplicações tecnológicas mais atualizadas, pela sua utilidade e por alcançar por meio delas mais pessoas.

Em relação ao início da adoção das ferramentas de redes sociais, a bibliotecária da BUVA Reina Sofia indicou que pouco a pouco, foram sendo criados perfis naquelas aplicações com que elas mais se identificavam, e também observaram a sua utilidade ou facilidade no gerenciamento e manutenção.

Nota-se então pelo histórico das adoções aqui destacadas e a fala de algumas entrevistadas que as BU pesquisadas procuraram seguir algum tipo de planejamento no início da sua adoção, embora isso não tenha ocorrido sempre. A assimilação da “Cultura 2.0”, conforme Van Der Kooi (2010), requer muita atenção na hora de se criar o conteúdo para interagir com os usuários das BU, isso demanda delas um processo de escuta e reação às notícias que estão sendo discutidas nas redes sociais naquele momento. Para isso, seguindo a observação de De Lange (2011), as BU precisam primeiramente escutar o que está em evidência nas redes para em seguida, realizar ações que possam ampliar de forma positiva a sua imagem e os seus serviços, melhorando com isso a sua presença nessas redes.

Desta forma, em termos de particularidades pode-se constatar também o aspecto da informalidade na adoção das redes sociais, no seu início, baseado no fato de que os bibliotecários da UC3M adotaram pessoalmente, seguindo para um modelo mais formalizado, passando a estruturar suas ações com a formatação de dois documentos, um da própria biblioteca, intitulado “*Web 2.0 Pautas para el uso de herramientas 2.0 en la Biblioteca de la Universidad Carlos III de Madrid*”, e outro da própria universidade, onde a biblioteca participou ativamente na sua elaboração que foi intitulado “*Marco de gestión de las Redes Sociales en la Universidad Carlos III de Madrid*”.

A citação, a seguir, expressa esta mudança de uma situação informal para a formalidade, apresentando como foi definida a adoção das redes sociais por essa biblioteca:

[...] porque aqui começamos com redes sociais quase que por iniciativa pessoal, alguns criavam os perfis sempre pedindo autorização a quem dirigia a biblioteca. Assim, começamos por nossa conta, logo vendo a importância do assunto começamos a cobrar este documento da universidade, pois não só a biblioteca, mas a própria universidade sob a responsabilidade do serviço de comunicação institucional, que cuida da imagem perante o público externo, que desenha os logotipos institucionais e que nos obriga a ter estes logotipos em tudo que publicamos se envolveram. E, como estavam muito interessados nos pediram ajuda porque nós já levávamos muito tempo trabalhando este assunto. No que se refere

ao documento relativo ao *Marco de Gestión*, nós também participamos na sua elaboração. [...] (FLH).

Então essa informalidade na adoção das redes sociais pode ser vista como uma particularidade de algumas BU e não como uma característica peculiar a todas elas. Apesar disso, a forma de comunicação nas redes sociais ainda é algo muito informal conforme, pode ser visto em algumas declarações, a seguir:

[...] nós improvisamos muito, porque uma das normas quando planejamos tudo isso é que sempre pensamos em vários aspectos gerais. A primeira norma é a de não repetir, ou seja, repetir a mesma notícia em sete locais diferentes é perda de tempo, uma das coisas que falamos nas “*Pautas de Uso*” é tentar definir a que grupo será dirigido cada uma das notícias, páginas ou perfis ou, o que seja. Por exemplo, a rede Tuenti, [...] A quem vai ser dirigido o Tuenti, nesta rede não será colocada uma notícia sobre pós-graduação ou sobre doutorado, ou sobre uma conferência que vai servir aos alunos que estão acabando. [...] (BUC3M).

[...] Então o que interessa aos alunos de 1º ano? Horário de abertura e fechamento, ampliação de horário em época de provas, conferência e atividades que possam interessar a eles. Se falarmos de Facebook, nesta rede não excluimos estes alunos, mas sabemos que no Facebook temos muitos professores, há pessoas de fora da universidade e temos que pensar na imagem exterior, há muitos bibliotecários companheiros de outras bibliotecas ou universidades que estão aqui. Por um lado, é um aspecto informativo para a comunidade da nossa universidade e, por outro há o caráter de imagem exterior para que as outras universidades vejam o que estamos fazendo. [...] (BUC3M).

A questão seguinte, a 3B, procurou identificar a faixa etária ao qual estava indicada para aproveitar dessas ações. Pode-se notar que o público jovem entre 18 e 24 anos foi o mais indicado (n=5), em seguida as respostas indicaram que essas ações poderiam estar direcionadas para vários tipos de públicos (n=3) e por último que estaria indicada para o público com idade entre 25 e 34 anos (n=2). Assim, estas ações podem desenvolver o aspecto da interação social entre esses públicos destacados acima.

Pode-se ainda salientar que a simples oferta de serviços que provoquem a interação social e a comunicação com os usuários não resulta no sucesso desta iniciativa. Ela deve contemplar algo que possa contribuir para o desenvolvimento do pensamento crítico e colaborativo dos usuários. Com isso, conforme já expostos por Li (2010) e por Marty e Kazmer (2011), as BU devem procurar envolver os usuários com a criação de conteúdo que permita atingir níveis de engajamento que os motive a participar neste processo criativo.

Portanto, podemos concluir que existe um critério para definir que redes sociais a BU irá adotar. De acordo com o público ao qual ela irá se dirigir, uma mídia poderá ser voltada para um público muito específico ou atender a qualquer comunidade de usuários.

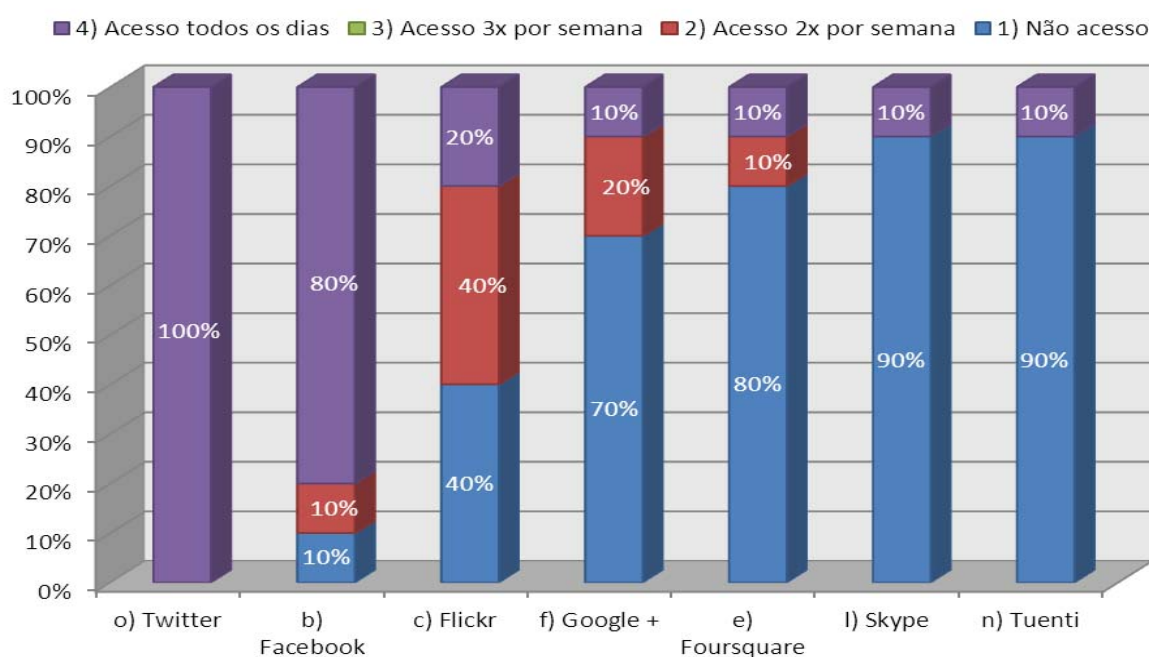
Ainda em termos de particularidades e critérios presentes na adoção das redes sociais observadas nas BU a frequência de atualização das redes sociais foi considerada como questão do

roteiro da entrevista e, também do questionário para saber quando as bibliotecas publicavam as notícias nas ferramentas adotadas.

A questão 2I do questionário procurou saber quanto tempo por semana os bibliotecários se dedicam a atualizar as redes sociais e a questão 4 do roteiro de entrevista, procurou também saber qual era frequência de atualização para cada um dos serviços 2.0 oferecidos pela BU.

Ao se realizar uma análise da adoção das ferramentas 2.0 mais utilizadas nas BU que colaboraram com a pesquisa sob a óptica da sua participação nas redes sociais, pode-se perceber pelas respostas que as ferramentas que têm maior frequência de acesso são, o *microblog* Twitter (100% acessavam todos os dias) e, a rede social Facebook (80% faziam acesso todos os dias). Embora na pergunta 2F não foi destacada nenhuma ferramenta de *blog* as perguntas 2A e 2C fazem referência mais específicas à adoção dessas ferramentas de *blog*. Assim, a figura 56 representa o gráfico relativo ao tempo de dedicação às redes sociais às principais ferramentas listadas no questionário:

Figura 55 – Gráfico do tempo de dedicação às ferramentas utilizadas pelas BU pesquisadas



Fonte: Elaborada pelo autor.

Vale ainda ressaltar neste gráfico o acesso diário à ferramenta de compartilhamento de fotos Flickr (20% faziam acesso todos os dias), a rede social de geolocalização Foursquare (10% faziam acesso todos os dias), a rede social Google+ (10% faziam acesso todos os dias), o aplicativo de mensagem instantânea e telefonia via Internet Skype (10% faziam acesso todos os dias), a rede social de origem espanhola Tuenti (10% faziam acesso todos os dias). Pode-se notar também a ausência de acesso a outros tipos de ferramentas 2.0 que foram destacadas na questão 2F que não

foram incluídas no gráfico acima como, por exemplo: Badoo, LinkedIn, MySpace, Ning, Orkut e Sonico redes que são muito utilizadas em outros países ou em outros tipos de contexto. Cabe lembrar que não foi incluído entre as ferramentas que faziam acesso o agregador de notícias Netvibes, apesar de este ser muito utilizado pelas BU pesquisadas.

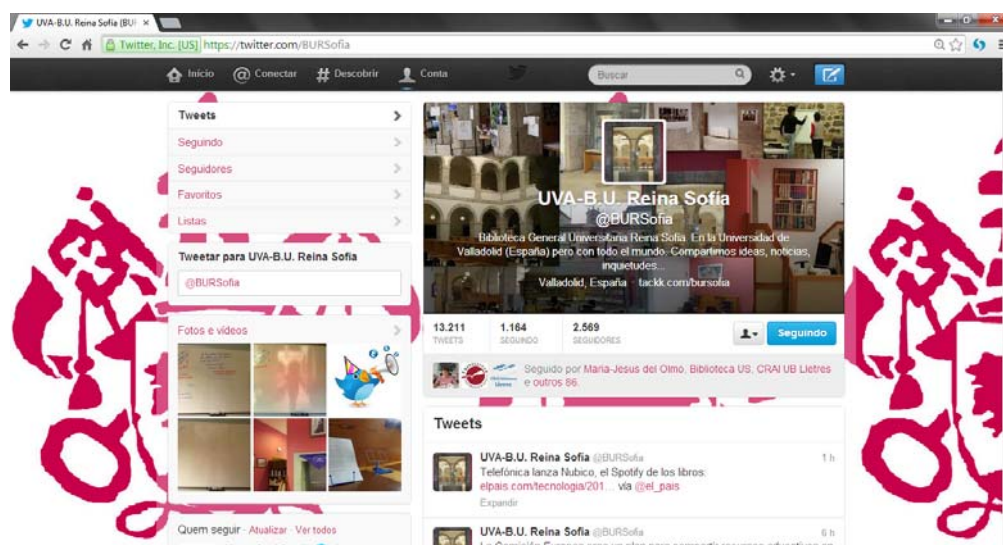
Dos 14 funcionários que trabalham nas bibliotecas da UC3M, nove se ocupam de manter atualizadas as redes sociais e, estes possuem em média 42-43 anos de idade com uma frequência de acesso aos *microblogs* e as redes sociais sendo ela diária, ou seja, acessam todos os dias.

Com relação à atualização das redes sociais do CRAI da UB, estabeleceu-se um mínimo de frequência semanal nos *blogs* e um período de recesso por motivo das férias em toda a rede de bibliotecas da Universitat de Barcelona juntamente, com a comunidade de usuários. A partir disso, os próprios administradores dos perfis regularam suas atualizações dependendo do volume de trabalho das respectivas bibliotecas.

Já nas Bibliotecas da Universidad de Alicante a frequência de atualização, segundo o bibliotecário entrevistado, no Facebook era realizada diariamente. No *blog*, eles tiveram períodos de menor produção (uma ou duas entradas por semana), mas nesse momento a frequência de atualização é praticamente diária conforme afirmou o entrevistado. Já no Twitter, a média dessa primeira semana parte de três, por dia, atingindo até seis *tweets* publicados no dia 19 de abril de 2013.

Quanto à frequência de atualização dos serviços utilizados pela BUVA Reina Sofia, a biblioteca informou que no Twitter isso ocorre todos os dias, sendo realizadas diversas atualizações ao longo do dia. No Facebook se replica as informações publicadas no Twitter. A figura 57 mostra o Twitter da BU Reina Sófía.

Figura 56 – Twitter biblioteca universitária Reina Sófía



Fonte: Biblioteca Universitária Reina Sófía.

No Delicious²⁵⁴ cada vez que se encontra algum *link* considerado de interesse é feita a atualização. No Google Reader a BUAH compartilha informações diariamente, segundo volume de informações que vai sendo lido na internet. No Flickr²⁵⁵ vai-se “carregando” com fotos todas as nossas atividades ou de nosso edifício, segundo as atividades vão se modificando. No Pinterest²⁵⁶ a cada 15 dias realizam-se novas atualizações. No Netvibes²⁵⁷ cada vez que elas encontram alguma informação interessante realiza-se a modificação ou incorporam-se novos endereços para atualização de notícias.

Segundo a bibliotecária da UPV a frequência de atualização das redes sociais é diária para o Facebook das Biblioteca de Gandia, de Alcoi, e o da Biblioteques UPV e, também, para os seguintes perfis no Twitter: BiblioUPV, Biblioteca Gandia enquanto o Twitter da Biblioteca Alcoi realiza a atualização de vários *tweets* por semana.

A frequência de atualização de cada uma das ferramentas sociais que foram adotadas pela BUAH possui uma periodicidade diferente. Sua natureza e funcionamento determinam os tempos. Segundo a bibliotecária entrevistada o Twitter da BUAH²⁵⁸ requer atualização constante e diária que pode oscilar entre cinco a dez *tweets* por dia. O *Blog de Cine* tem uma atualização semanal, quanto ao tempo de atualização do *Blog Sin Dudas*, isso depende da demanda de informação, já o tempo de atualização do canal do Youtube depende da criação de videotutoriais, etc.

Pode-se perceber que o tempo dedicado à atualização das redes sociais em cada uma das BU pesquisadas varia entre elas demonstrando que as que são mais atualizadas são o Twitter e o Facebook. Não houve em nenhum momento alguma fala que indicasse uma preocupação com o horário que a notícia estava sendo atualizada ou ainda, que demonstrasse a preocupação na qualidade da informação oferecida que pudesse despertar o interesse do público.

Assim, Ruic (2013) destaca que a rede social Facebook está modificando os algoritmos no seu *feed* de notícias planejando oferecer conteúdo de alta qualidade e que despertem maior interesse dos seus usuários. Segundo a autora, esta modificação já percebeu um aumento na interação com as páginas por meio de mais “curtir” e mais comentários. Algumas BU inclusive já estão procurando mencionar essa questão aos usuários que “curtem” a página ao procurar indicar que selecionem a opção “obter notificações” e “mostrar no *feed* de notícias”.

²⁵⁴ Delicious BUVA Reina Sofia disponível em:<<http://www.delicious.com/bursofia/>>. Acesso 25 jul. 2013.

²⁵⁵ Flickr BUVA Reina Sofia disponível em:<<http://www.flickr.com/photos/bursofia/>>. Acesso 25 jul. 2013.

²⁵⁶ Pinterest BUVA Reina Sofia disponível em:<<http://www.pinterest.com/bursofia/>>. Acesso 25 jul. 2013.

²⁵⁷ Netvibes BUVA Reina Sofia disponível em:< <http://www.netvibes.com/bursofia#Bienvenido>>. Acesso 25 jul. 2013.

²⁵⁸ Twitter da Biblioteca Politécnica da BUAH – Disponível em:<<https://twitter.com/bibliopolihuah>>. Acesso em: 17 jun. 2013.

Outro fato relacionado com a importância do horário na frequência de atualização das redes sociais nas BU espanholas pode ser destacado pelo evento ocorrido entre bibliotecários espanhóis e latino-americanos para colocar a *hashtag* **#biblioteca** entre os *Trending Topics* no *microblog* Twitter. A partir de uma experiência realizada por Arroyo-Vázquez (2009) para tentar incluir a referida *hashtag* foram estabelecidos horários de pico na península ibérica para alcançar o êxito, 16h ou 22h. Estes horários corresponderiam na América Latina a quatro ou cinco horas a menos, dependendo do fuso horário. Durante este intervalo de seis horas os bibliotecários que tivessem perfil no Twitter iriam atualizar suas notícias incluindo essa *hashtag*. A data escolhida foi inicialmente 10 de agosto, caso essa conflitasse com o fim de semana seria na segunda-feira.

Assim, após cinco edições deste evento, a ambiciosa tarefa de tornar **#biblioteca** um *Trending Topic* no Twitter foi alcançada em 2013. Conforme indicou Marquina (2013b) foram registrados no dia 12 de agosto de 2013, por meio de um *software* de medição, 26.925 *tweets* com a *hashtag* incluídas por 6.984 usuários em países como Espanha, México e Chile. As cidades espanholas que mais tiveram usuários publicando notícias com essa *hashtag* foram: Valencia, Sevilha, Málaga, Barcelona e Madri. De acordo com Serrano-Muñoz (2013) apesar do êxito do evento, e de este ter sido muito bem organizado para coincidir, o assunto **#biblioteca**, com datas e horários pré-determinados, o aspecto lúdico tornou a tarefa mais fácil. Entretanto Serrano-Muñoz (2013) ressalta que os responsáveis por esse feito na sua maioria foram os bibliotecários, porém não houve a participação dos usuários de bibliotecas.

O fato é que para os estudiosos de redes sociais, apesar de haver dados estatísticos que são conflitantes, dependendo da ferramenta de medição que é utilizada pelo analista de redes sociais, já existe uma ciência que estuda o momento certo para se compartilhar uma notícia nas redes sociais, o “*Social Timing*”. Cooper (2013) destaca que é possível estabelecer dias e horários mais propícios para atualizar *posts* no Facebook, escrever *tweets* no Twitter, enviar o conteúdo por *email*, ou publicar uma notícia em um *blog*. Assim, os bibliotecários que são responsáveis pela atualização dos perfis nas ferramentas 2.0 escolhidas pela BU devem estar atentos para a estatística de interação que os seus perfis próprios indicam para poder realizar um maior engajamento com os seus usuários.

Outra particularidade relacionada com a adoção das redes sociais nas bibliotecas pesquisadas dizia respeito ao que os bibliotecários consideravam como riscos e benefícios observados na adoção das ferramentas 2.0, a seção a seguir discorre sobre eles.

Ao longo do referencial teórico da pesquisa pode-se perceber inúmeros riscos e benefícios ressaltados pelos autores que fazem referência a adoção de redes sociais em bibliotecas. Desta forma, para dar o primeiro passo de forma correta a BU deve estabelecer uma política de comunicação e *marketing* que ajude a proteger a biblioteca de problemas de comunicação e, com

isso, reduzir o risco de seus bibliotecários inadvertidamente extrapolarem em uma das suas atividades de comunicação. Assim, o bibliotecário pode implantar controles de vulnerabilidades que minimizem os riscos do ataque de *hackers* como também, observar as ferramentas que a biblioteca irá adotar para procurar saber qual a sustentabilidade deste serviço (KELLY *et al.* (2009); RUDMAN (2010); LLORET-ROMERO (2011)).

Em termos de benefícios observados para a adoção de redes sociais em bibliotecas alguns autores destacam que as redes sociais possibilitam facilidades de acesso por meio virtual e móvel à BU, que permitem atrair novos ou potenciais usuários, melhorando os serviços de promoção e *marketing* ao estabelecer novos canais de comunicação com os usuários que resulta na aceleração da difusão de informações pela biblioteca e, assim possibilita melhorar a imagem da biblioteca perante os usuários (AHARONY (2008); TORRES-SALINAS; DELGADO-LÓPEZ-COZAR (2009); DE LANGE (2011); LLORET-ROMERO (2011); NESTA; MI (2011); AGUIAR (2012)).

No sentido de procurar saber qual era a percepção dos bibliotecários relacionada com os riscos e benefícios observados na adoção dessas ferramentas 2.0 elaborou-se a questão de número 5 do roteiro de entrevista. Vale ressaltar, que esta questão procurou dar resposta à pergunta formulada na introdução desta tese que estava relacionado com “Que riscos e benefícios serão obtidos na aplicação da filosofia colaborativa presente nas redes sociais da Biblioteca 2.0?”. A seguir salientam-se algumas das respostas observadas nessa questão pela óptica dos bibliotecários entrevistados.

A bibliotecária da UB que foi entrevistada citou como benefícios: a possibilidade de chegar aos usuários por meio de suas próprias ferramentas, portanto, difundir melhor o potencial do CRAI da Universitat de Barcelona e com isso, conseguir uma maior aceitação por parte dos usuários. Além disso, o CRAI da UB quer aproveitar o *feedback* que são gerados nestes espaços para conhecer as necessidades dos usuários e assim, melhorar os recursos e serviços oferecidos por ele.

Em relação aos riscos observados pela entrevistada podem-se destacar: o difícil controle da informação que se difunde, e que pode ocorrer por meio de duplicações, incongruências, discrepâncias, que podiam oferecer uma má imagem ao CRAI da Universitat de Barcelona. Além disso, a entrevistada citou as críticas e inconveniências de algumas opiniões que são geradas pelos usuários, também, são consideradas como riscos para a reputação do CRAI da UB.

Ainda que houvessem riscos e benefícios envolvidos nessa adoção o bibliotecário entrevistado da Universidad de Alicante indicou, como benefícios, que eles teriam grandes possibilidades de ações de *marketing* que lhes ofereceriam esses serviços, ofertados de maneira totalmente gratuita. Além disso, esses serviços dariam a possibilidade de captar de maneira contínua novos usuários e receber o *feedback* dos usuários por meio de seus comentários, mas, sobretudo, o entrevistado observou que “é necessário ressaltar que com esses serviços a biblioteca se faz mais

colaborativa e participativa, e se acredita numa relação mais aberta e com o mesmo nível de autoridade entre bibliotecário e usuário.”

Por sua parte, o bibliotecário entrevistado da Universidad de Alicante indicou que entre os riscos que foram encontrados havia uma preocupação que poderia existir em misturar a identidade pessoal e a digital dos colaboradores que representavam a biblioteca podendo chegar a ser a mesma em algum momento e, assim, prejudicar a reputação da biblioteca e de todos os seus colaboradores que poderiam sofrer com isso.

Para a bibliotecária da BUVA Reina Sofia os benefícios encontrados são quase todos destacados a seguir: alcance maior, poder receber e trocar informação com outras pessoas, poder difundir melhor as nossas atividades, estar mais atualizado com o que passa no mundo da informação, da educação e da cultura. Já os riscos considerados na adoção das redes sociais por esta BU são: o tempo que passam incluindo informações fora do trabalho, o fato de por serem aplicações gratuitas elas podem se encerrar a qualquer momento, ou podem deixar de serem usadas perdendo tudo aquilo que foi feito, ou que a pessoa que ti substitua em algum momento não queira seguir no ritmo que o bibliotecário responsável havia iniciado.

De acordo com a bibliotecária entrevistada na BUAH eles não consideram riscos e sim apostas ao adotar as redes sociais. Aquelas bibliotecas que procuram adotar as redes sociais estão tratando de provar o alcance da difusão e da repercussão que tem a biblioteca que consideram somente aquilo que os serviços tradicionais não conseguem obter. As redes sociais são ferramentas que não requerem investimento econômico o que pode ser visto como benefício. Em troca, as redes sociais ao serem adotadas exigem uma programação e planejamento desde a hora que precisamos, o que pode trazer riscos caso isso seja negligenciado, e requerem uma avaliação que nos permita conhecer sua rentabilidade e o impacto de uso que pode ser considerado como benefício.

Segundo a bibliotecária da UPV mais que um risco deve-se evitar a criação de perfis ou contas nas ferramentas 2.0 escolhidas sem que se leve em conta alguns critérios prévios de funcionamento (por exemplo: imagem, forma de comunicação, estatísticas, etc.). Para ela os benefícios fundamentais seriam a melhora da comunicação com os usuários, a mudança na imagem da biblioteca (considerada por ela mais próxima a esses usuários virtuais), a aprendizagem ficaria mais próxima aos seus usuários (implicando na melhora da comunicação), e a própria formação contínua do pessoal bibliotecário.

5.3.2 Implantação das redes sociais nas BU

A capacidade da biblioteca universitária implantar as redes sociais em seu espaço virtual foi aqui considerado para se conhecer que iniciativas ajudavam a promover a interação e permitir a colaboração para a criação do conteúdo pelos usuários.

Assim, foi observada a destinação do uso das redes sociais que corresponde a questão 3A, exceto os itens 3Ac) e 3Ad) (que correspondiam ao tipo público), e a questão 3H que versava sobre como foi que se deu a implantação das redes sociais nas bibliotecas visitadas.

Desta forma, podem-se expressar alguns comentários dos bibliotecários entrevistados que são provenientes da questão 3H em seguida.

A implantação ocorreu à partir do plano de melhoria dos serviços da biblioteca. Desde as campanhas de *marketing* foram usadas essas ferramentas como apoio para a difusão dos serviços que estavam prejudicados pela rigidez que tinha a ferramenta de publicação de conteúdo na página web da universidade. BUPV.

Pedimos permissão à direção da biblioteca, logo que foi concedida nós criamos as páginas e perfis; ao logo do tempo adotamos as normas sobre imagem institucional que foram estabelecidas pela universidade. BUC3M.

Iniciou-se com um estudo de outras redes sociais de bibliotecas universitárias (Universidad Politecnica da Catalunha, Universidade Autônoma da Catalunha. BUB. O processo de implantação foi gradual e, de acordo com o resto das bibliotecas da nossa instituição. BUB.

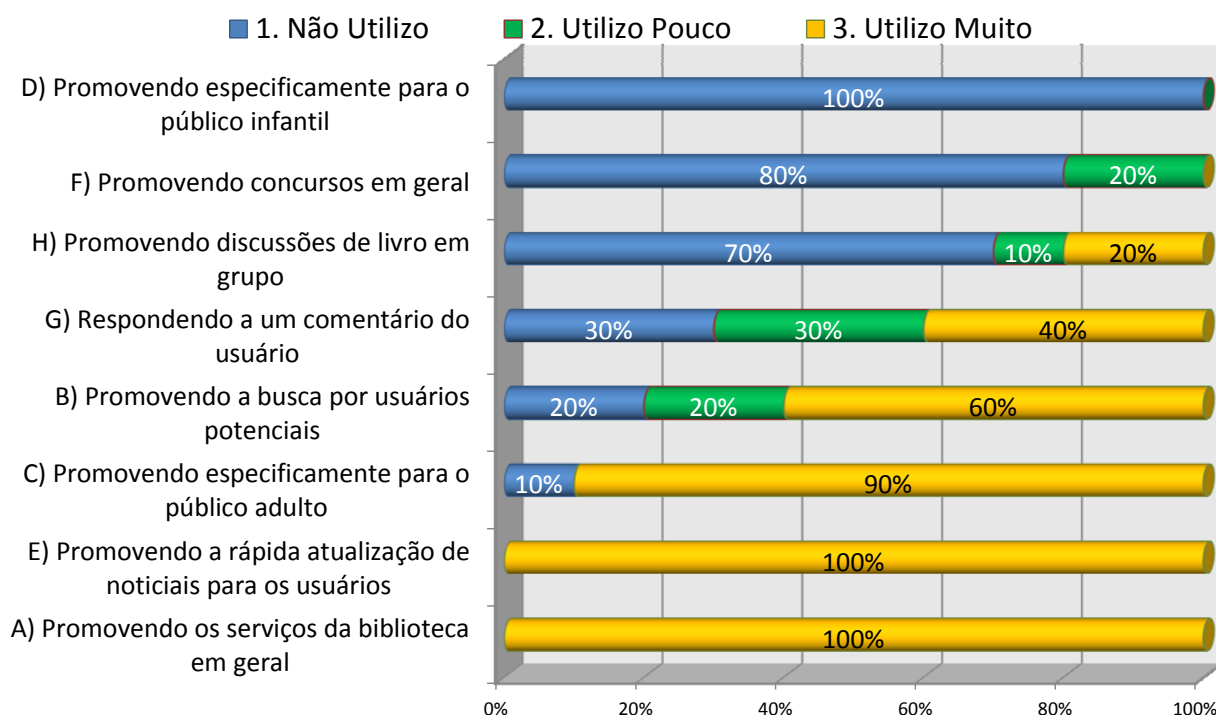
A criação do perfil da biblioteca no Twitter foi inicialmente realizado como um teste de aceitação e, este não havia sido planejado. A reação inesperada ou a resposta dos usuários que começaram a seguir nos motivou um replanejamento sério do uso da ferramenta. A conta é gerida pelo responsável da biblioteca que é mantida por ela mesma, dois bibliotecários e quatro auxiliares de biblioteca ajudam nesta tarefa. A ideia principal consiste em que a conta do Twitter se mantenha ativa no horário de abertura que a biblioteca física disponibiliza, de tal maneira que, são atualizadas as notícias, os serviços da biblioteca e também os recursos de informação da biblioteca e da área temática com a qual a biblioteca está relacionada mantendo com isso um canal de comunicação ininterrupto com o usuário. A colaboração, a comunicação e o intercâmbio de informações das sete pessoas que participam da sua manutenção é constante o que contribui para a homogeneidade das notícias que vão sendo publicadas. BUAH.

A implantação das redes sociais nas BU segue as particularidades de cada biblioteca que possui pessoal responsável pela atualização das ferramentas. Pôde-se observar que sua adoção estava vinculada a planos de melhoria dos serviços no sentido de melhorar a comunicação com os usuários e, também ao planejamento estratégico observado no seguimento que exprime sobre os objetivos que levaram à adoção.

Contudo, apesar do processo de adoção das redes sociais ser gradual e, atender as necessidades de cada biblioteca, pode-se ressaltar que há uma preocupação dos bibliotecários com a pequena nível de interação com o usuário por meio dessas ferramentas.

Assim, para aprofundar na análise dos objetivos que levaram as bibliotecas a adotarem as redes sociais elaborou-se no questionário, a questão 3A, que destaca algumas iniciativas para saber como as bibliotecas estavam utilizando essas ferramentas no seu espaço virtual. Dessa questão é possível ainda delimitar para qual público era destinado as redes sociais, neste caso considerou-se a variável tipo de público, questões 3Ac e 3Ad, embora nela não foi explorada a possibilidade de utilização das redes sociais no desenvolvimento das competências informáticas e informacionais, destacadas no capítulo sobre as bibliotecas universitárias espanholas, dado esse que poderia gerar um outro viés na pesquisa relacionado com a formação do usuário. Outro fato interessante sobre o tipo de público que os bibliotecários atendem, está relacionado com as respostas da questão 3B. Na opinião dos respondentes eles consideram que a idade do público que mais se aproveitaria das ações desenvolvidas pela BU utilizando as redes sociais seriam de jovens entre 18 e 24 anos (n=5), vários públicos (n=3) e público adulto entre 25 e 34 anos. Assim, este público seria formado por pessoas da Geração “Y” ou “nativos digitais”, que reforça a conclusão de que os usuários das BU espanholas visitadas são capazes de coletar e compartilhar informação, utilizando-se de tecnologias participativas, por meio de múltiplos dispositivos.

Neste sentido, as demais respostas da questão 3A indicaram que as BU pesquisadas procuraram utilizar muito as redes sociais em 100% dos casos de promoção dos serviços da biblioteca em geral e, também, na promoção da rápida atualização das notícias para os usuários da biblioteca. Além do mais, as bibliotecas utilizam muito as redes sociais: 1) promovendo especificamente para o público adulto (90% utilizam muito e 10% não utilizam); 2) promovendo a busca por usuários potenciais (60% utilizam muito, 20% utilizam pouco e 20% não utilizam); 3) respondendo a um comentário do usuário (40% utilizam muito, 30% utilizam pouco e 30% não utilizam); 4) promovendo discussões de livros em grupo (20% utilizam muito, 10% utilizam pouco e 70% não utilizam). Outras duas respostas consideraram que utilizam pouco ou não utilizam as redes sociais em suas bibliotecas: 5) promovendo concursos em geral (20% utilizam pouco e 80% não utilizam); e 6) promovendo especificamente para o público infantil. O gráfico da figura 55 representa esses números ordenados por aqueles que utilizam muito, utilizam pouco e não utilizam.

Figura 57 – O uso das redes sociais nas bibliotecas pesquisadas

Fonte: Elaborada pelo autor.

Vale ressaltar que, a finalidade do uso das redes sociais era da biblioteca servir de informações por meio dessas ferramentas para o público adulto, ficou claro que o público infantil não está presente na BU neste tipo de iniciativa. Outras iniciativas interessantes envolviam a promoção de concursos em geral para incentivar a participação dos usuários, como por exemplo, o concurso de fotografias ou de microcontos vistos na Biblioteca da Universidade de Valladolid ou na Biblioteca da Universidade de Barcelona o que mostra que isso ainda está sendo pouco explorado. Outro dado interessante está relacionado com a iniciativa que envolvia a promoção de discussões de livros em grupo, esta ação está diretamente ligada com a implantação de clubes de leitura no ambiente universitário utilizando-se das redes sociais para promover as discussões conforme destacou Manso-Rodriguez (2012), e que está se tornando algo muito propício com a participação das bibliotecas espanholas em projetos de fomento à leitura junto aos estudantes universitários como aqueles vividos pelas bibliotecas da UC3M e pelas bibliotecas da UPV.

Na subseção em sequência será expresso o aspecto da interação com os usuários de redes sociais considerando os serviços criados para permitir a colaboração dos usuários.

5.3.3 Interação com as redes sociais

O aspecto da interação dos usuários com as redes sociais das BU é considerado chave para o sucesso da aplicação dessas ferramentas 2.0. Aguiar (2012) destacou que as bibliotecas possuem

dificuldades em elaborar uma estratégia de atração dos usuários para interagirem com as redes sociais. Isso pode ser minimizado se a biblioteca souber o que os usuários esperam que as redes sociais contemplem em termos de conteúdo digital e de funcionalidades.

Assim, considera-se que a BU precisa saber que serviços e experiências podem ser criados com as redes sociais que permitam a colaboração do usuário. Neste sentido, o bibliotecário precisa conhecer as plataformas a serem adotadas pela BU para poder aplicar o modelo das formas de engajamento com os usuários, concebido por Verdoold e Frijlink (2009), que permita uma melhor interação com eles.

Esses serviços podem ajudar a melhorar a imagem das BU em termos de comunicação com os usuários virtuais, além de poder permitir o desenvolvimento de competências informacionais dos usuários oferecendo uma experiência rica em termos do uso de múltiplas mídias. Margaix-Arnal (2008) ressaltou a dificuldade que as bibliotecas têm em escolher o modelo de presença nas redes sociais que possam implicar na possibilidade de interação com o usuário.

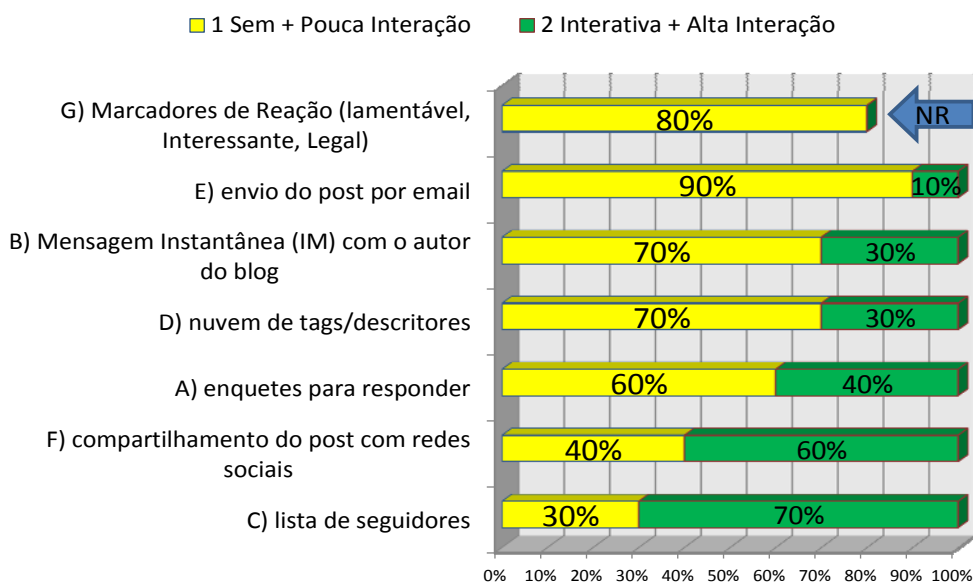
Outra questão a ser observada levava em conta a forma que o bibliotecário pode colaborar para enriquecer o conteúdo do catálogo OPAC da biblioteca com a utilização das redes sociais. Para isso, elaborou-se na questão 3D do questionário uma lista de elementos que podem estar presentes nas redes sociais ou no catálogo OPAC 2.0 que poderiam ser considerados interativos, para saber como eles avaliam o grau de interatividade observado pelos respondentes.

Dois elementos foram considerados de alta interatividade (10% consideraram de alta interatividade), a lista de seguidores e a nuvem de *tags*/descritores. Outros três elementos apresentaram sem interatividade em alto grau, os marcadores de reação (60% sem interatividade), o envio de *post* por *email* (50% sem interatividade) e, para nossa surpresa, a nuvem de *tags*/descritores (50% sem interatividade).

Assim, para facilitar a análise considerou-se o agrupamento daquelas respostas em dois blocos, um que continha elementos com alta interatividade e interativos, e outro que compreendia os elementos sem e com pouca interatividade. Com isso, representando o primeiro bloco que consideramos os mais interativos nesta ordem de classificação tiveram os seguintes: 1) lista de seguidores (70% consideraram de Alta Interatividade (AI) e Interativos, 30% consideraram sem ou com pouca interatividade); 2) compartilhamento do *post* com redes sociais (60% consideraram de Alta Interatividade (AI) e Interativos, 40% consideraram sem ou com pouca interatividade); 3) enquetes para responder (40% consideraram de Alta Interatividade (AI) e Interativos, 60% consideraram sem ou com pouca interatividade); 4) nuvem de *tags*/descritores (30% consideraram de Alta Interatividade (AI) e Interativos, 70% consideraram sem ou com pouca interatividade); 5) mensagem instantânea com o autor do *blog* (30% consideraram de Alta Interatividade (AI) e Interativos, 70% consideraram sem ou com pouca interatividade); 6) envio de *post* por *email* (10%

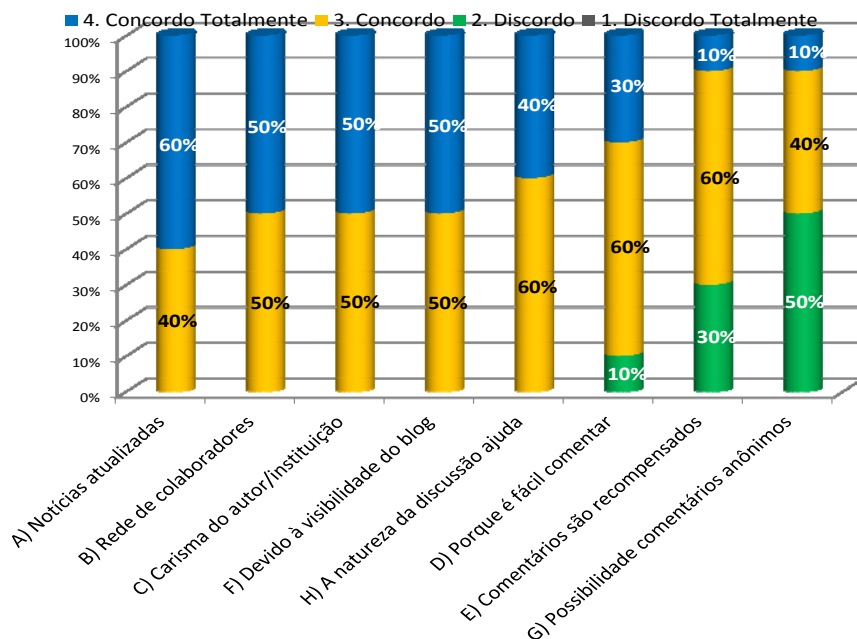
consideraram de Alta Interatividade (AI) e Interativos, 90% consideraram sem ou com pouca interatividade); 7) marcadores de reação (80% consideraram sem ou com pouca interatividade, o restante não respondeu). O gráfico na figura 58 exprime estes elementos agrupados nos dois blocos destacados acima:

Figura 58 – Grau de interação dos elementos utilizados nas redes sociais



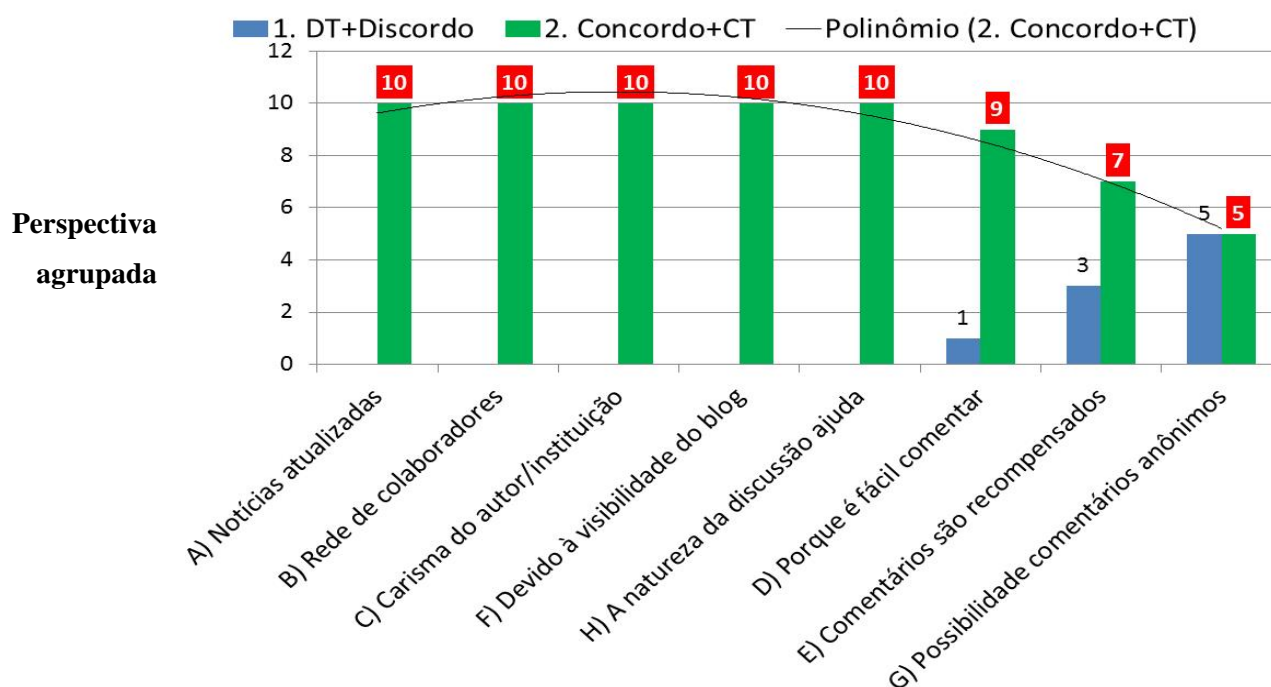
Fonte: Elaborada pelo autor.

Os dados do gráfico da figura 58 mostram que ainda há certa falta de conhecimento sobre que elementos permitem que a biblioteca possa realizar uma maior interatividade com os usuários. É possível que isso ocorra porque existe por parte do usuário uma baixa necessidade do uso dessas ferramentas 2.0 no espaço das bibliotecas e, também, pode existir um descompasso entre o conhecimento das aplicações da Web 2.0 pelos bibliotecários para promover esta interação. Desta maneira, para aprofundar na discussão sobre a interatividade, elaborou-se na questão 3E do questionário, uma lista de situações ou temas que consideramos que podem ajudar na tarefa das redes sociais receberem comentários. Assim, também para aprofundar na análise e melhorar a compreensão reuniu-se em dois grupos, o primeiro grupo daqueles que “concordam totalmente” (CT) e “concordam” que estas situações ou temas ajudam a receber comentários e o segundo daqueles que “discordam totalmente” (DT) e apenas “discordam”. Por último, incluiu-se no gráfico uma linha de tendência para mostrar a opinião dos respondentes relacionadas com essas situações e temas são concordantes ou discordantes. A figura 59 exhibe o gráfico detalhado.

Figura 59 – Situações ou temas que fazem as redes sociais receberem comentários

Fonte: Elaborada pelo autor.

A figura 60 representa a perspectiva agrupada de situações ou temas que fazem as redes sociais receberem comentários.

Figura 60 – Perspectiva agrupada para situação ou temas que fazem as redes sociais receberem comentários

Fonte: Elaborado pelo autor.

Percebe-se que ao agrupar em dois blocos distintos, conforme a figura 59 e 60 que correspondem ao gráfico detalhado e à perspectiva agrupada respectivamente, cinco situações ou temas representariam 100% de concordância em relação a possibilidade das redes sociais poderem receber comentários, foram elas: 1) notícias atualizadas (60% concordam totalmente e 40% apenas

concordam); 2) rede de colaboradores (50% concordam totalmente e 50% apenas concordam); 3) carisma do autor/instituição (50% concordam totalmente e 50% apenas concordam); 4) devido à visibilidade do *blog* (50% concordam totalmente e 50% apenas concordam); e 5) a natureza da discussão ajuda (40% concordam totalmente e 60% apenas concordam).

E, complementando outras três situações ou temas foram contestados, onde apresentaram alguma discordância, foram elas: 6) porque é fácil comentar (30% concordam totalmente, 60% apenas concordam e 10% discordam); 7) comentários são recompensados (10% concordam totalmente, 60% apenas concordam e 30% discordam); e 8) possibilidade de comentários anônimos (10% concordam totalmente, 40% apenas concordam e 50% discordam). Greenslade (2013) observa que pode virar tendência acabar com a possibilidade dos usuários realizarem comentários anônimos que na maioria das vezes são violentos, agressivos ou sugerem algum tipo de descontentamento. Embora, isso seja reflexo da necessidade de evoluir a plataforma, muitas pessoas requerem a liberdade de expressão procurando se esconder no anonimato. O autor lembra que um dos *blogs* de maior sucesso o *Huffington Post*²⁵⁹, que pretende acabar com os comentários anônimos, possuía mais de 260 milhões de comentários no curso de sua existência, o que exigia uma equipe de 40 moderadores e também o uso de programas para selecionar os comentários.

Outra discussão sobre o uso de comentários anônimos remete a academia onde Brady (2009) indica que ao se exigir a permanência dos comentários anônimos os docentes ou discentes podem se expressar sem que ocorram represálias e a sua integridade perante os demais seja mantida. O importante é que as BU possam considerar a privacidade até por uma questão de se disseminar ou analisar novas ideias que poderiam deixar de serem expressas caso se exigissem a revelação da identidade de quem *postou* algo.

O fato é que muitos autores de *blogs* se preocupam com a interação por meio dos comentários o que se pode concluir que motivar os comentários não é uma tarefa fácil, embora seja possível recompensar os comentários mais interessantes ao simplesmente reconhecer socialmente aqueles usuários do *blog* dando-lhes atenção ou fazendo-se sentirem especiais. Uma forma de fazer isso está sendo muito utilizada pelos usuários de Twitter na comunidade latino-americana e ibérica conforme as interações realizadas por meio de mensagens de boas vindas ou de agradecimento pela difusão. A figura 61 revela alguns destes exemplos de recompensa social.

²⁵⁹ *Huffington Post*. Disponível em: <<http://www.huffingtonpost.com/>>. Acesso em: 01 nov. 2013.

Figura 61 – Recompensa social por meio de conexões no Twitter



Fonte: Elaborada, pelo autor, baseado no Twitter.

Assim, pode-se observar que a interação da biblioteca com os usuários por meio das redes sociais procura estabelecer uma linha de proximidade com o usuário que favoreça uma comunicação espontânea e livre. Desta forma, procurou-se saber o que as bibliotecárias esperam de resultado dos serviços que utilizam a interação com as redes sociais. Os relatos a seguir foram retirados do roteiro de entrevista respondido por algumas bibliotecas visitadas.

Segundo a bibliotecária entrevistada da BUAH, o que se espera da interação nas redes sociais com os usuários virtuais da biblioteca é uma maior proximidade com os usuários; melhor comunicação. Continuando, a respondente mencionou que a interação pode se tornar uma biblioteca mais aberta; pode alcançar um número maior de pessoas num curto espaço de tempo, chegar aos usuários de maneira espontânea, mais sincera, menos intrusiva; para poder reforçar a imagem da biblioteca, e assim melhorar sua reputação digital e corporativa.

Com isso, a interação do bibliotecário com usuário seria favorecida conforme expressa as palavras do entrevistado da BUA dessa maneira: “esses serviços permitem aproximarmos do usuário de uma maneira mais espontânea, podendo desenvolver uma comunicação mais direta, livre, participativa e colaborativa.” O resultado disso conforme o entrevistado é que:

[...] essa interação se desenvolve por meio de uma comunicação que possui o mesmo nível de autoridade entre o bibliotecário e o usuário e, também, ela aumenta o alcance do público ao qual chegamos. Dessa forma, não existem fronteiras físicas entre os participantes desse processo, já que esses serviços se apresentam para os usuários como uma forma fácil de usar sem intermediários (BUA).

A bibliotecária da UPV ressaltou que eles esperam que os usuários utilizem esses canais de comunicação como algo mais informal (mais próximo, menos institucional), na hora de entrar em contato com a biblioteca, ao mesmo tempo, que eles possam utilizá-los para informar-se e para transmitir as suas necessidades de informação, observando que tipo de informação tem maior relevância para eles.

Em relação à interação com os usuários da biblioteca da UB espera-se obter uma imagem do que se faz com o serviço de referencia virtual, as opiniões, sugestões ou queixas dos usuários que também nos ajudam a detectar possíveis carências ou novas necessidades e, isso acaba ocasionando em mudanças e melhorias dos nossos serviços.

Desta forma, procurou-se observar que serviços ou experiências poderiam ser criados pelas BU utilizando as redes sociais para se obter algum tipo de colaboração com os usuários. A seguir descrevem-se alguns relatos que foram obtidos com as entrevistas.

A bibliotecária da UPV destacou também que sistemas de recomendações de informação podem ser criados utilizando a filosofia da Web 2.0 nas bibliotecas com a colaboração dos usuários.

Os CRAI da UB tem procurado criar concursos para obter a colaboração dos usuários em projetos de *marketing*, para promover globalmente a biblioteca ou um produto/serviço em concreto. Em 2012, A Universidade de Barcelona junto com os CRAI da UB promoveram um concurso de microrrelatos²⁶⁰ (ou microcontos), por meio do Twitter, utilizando a *hashtag* #StJordiUB onde os participantes poderiam concorrer a três livros. As histórias vencedoras seriam decididas por votação de fãs da página do Facebook da UB. A figura 62 mostra o concurso de microrrelatos da UB.

Figura 62 – Concurso de microrrelatos no *Blog* do CRAI da física e química



Fonte: *Blog* de Física e Química CRAI UB (2012).²⁶¹

A bibliotecária entrevistada da BUVA Reina Sofia destacou alguns serviços/experiências que poderiam ser criadas com o uso das redes sociais possibilitando a colaboração dos usuários.

²⁶⁰ O microrrelato ou conto é uma construção literária narrativa diferente do romance ou história. Ele é o nome mais usado para um conjunto diversificado de obras, cuja principal característica é a falta de seu conteúdo. O microrrelato também é chamado de micro história, minificção ou ficção curta. Wikipedia (2013). Disponível em:< <http://es.wikipedia.org/wiki/Microrrelato>>. Acesso em: 17 abr. 2013

²⁶¹ Disponível em:<<http://blocfiq.ub.edu/2012/04/20/9139/>>. Acesso em: 17 abr. 2013.

Entre eles concursos literários, clubes de leitura, exposições virtuais, fóruns ou tertúlias. Essas experiências podem aproximar a biblioteca dos usuários físicos e virtuais com a ajuda das redes sociais que irão receber o conteúdo digital destes concursos ou clubes embora ainda não existam estudos empíricos que comprovem isso.

Desta maneira, ao observarmos as redes sociais adotadas pelas BU visitadas pode-se distinguir cada uma delas conforme o nível de interação desejado. Assim, cada plataforma deve ser concebida procurando identificar qual o tipo de público (alunos – novatos ou veteranos, docentes ou público externo opcionalmente) para o qual será destinada a informação. Com isso, cada iniciativa de interação poderá explorar as funcionalidades presentes na plataforma, para que o bibliotecário responsável por ela possa interagir e estabelecer métricas de uso e, assim, justificar o investimento neste tipo de ferramenta. O quadro 47 resume os critérios de adoção das mídias nas BU visitadas.

Quadro 47 – Critérios de adoção das redes sociais observadas nas BU espanholas

| Plataforma | Tipo de Público | Iniciativas de Interação | Funcionalidades de Interação |
|---|---|---|---|
| <i>Blogs</i> | Alunos, Docentes e Público externo (opc.) | “clubes de leitura”; “enquetes com perguntas”; “biografias do autor”; “o que está lendo” | “comentários”; “enviar <i>email</i> ”; “compartilhar no Twitter”; “compartilhar no Facebook”; “nuvem de <i>tags</i> ” |
| <i>Microblogs</i> | Alunos (novatos e veteranos), Docentes e Público externo (opc.) | “clubes de leitura”; “concursos literários de micro-contos”; “enquetes com perguntas”, etc. | “ <i>retweets</i> ”; “compartilhar fotos”; “compartilhar vídeos”; “marcar favorito”. |
| Redes Sociais | Alunos (novatos e veteranos), Docentes e Público externo (opc.) | “novidades do mês”; “clubes de leitura”; “enquetes com perguntas”. | “comentários”; “compartilhamento”; “curtir”. |
| Ferramenta de Compartilhamento de Fotos (Flickr) | Alunos, Docentes e Público externo (opc.) | “concurso de fotos”; “eventos da biblioteca”; “conheça a biblioteca” | “pontuação” (estrelas); “comentário”; “compartilhamento”. |
| Ferramenta de Compartilhamento de Vídeos (Youtube) | Alunos e Docentes | “concurso de vídeos”; “aprenda a usar a biblioteca”; “cinebiblio” | “gostar”; “não gostar”; “compartilhar”; “transcrição das legendas”; “comentários”; “respostas”; “enviar <i>email</i> ”; “incorporar vídeo”. |
| Ferramenta de Compartilhamento de Fotos e Vídeos (Pinterest) | Alunos, Docentes e Público externo (opc.) | “novidades do mês”; “aprenda a usar a biblioteca”; “exposições e mostras culturais na biblioteca”; “infografias”; “frases célebres de escritores” | “seguir”; “ <i>pin</i> ”; “ <i>repin</i> ”; “curtir”; “enviar por <i>email</i> ”; “compartilhar no Twitter”; “compartilhar no Facebook”; “adicionar um comentário”. |

Fonte: Elaborado pelo autor. Nota: (opc.) – opcionalmente.

Com base no objetivo geral que era, “analisar o processo de adoção das redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas, procurando avaliar que ferramentas 2.0 a biblioteca universitária deve ter para usufruir de uma interação dos bibliotecários com os usuários” procurou-se por meio do objetivo específico 1 “identificar os critérios de adoção das redes sociais pelos bibliotecários das bibliotecas universitárias espanholas”. Assim, pode-se perceber que ele foi atendido conforme mostra o quadro 47 e a análise dos resultados até aqui.

5.4 Planejamento e avaliação das redes sociais na biblioteca universitária espanhola

No sentido de investigar como era o processo de planejamento e avaliação das redes sociais adotadas pelas BU formulou-se o objetivo específico de número dois, “identificar como são realizados o planejamento e a avaliação dos indicadores da interação feitos pelos bibliotecários para a adoção dessas redes sociais nessas bibliotecas universitárias espanholas”, para isso foram selecionadas três variáveis “planejamento”, “implantação” e “avaliação”. As variáveis serão apresentadas nas subseções a seguir.

5.4.1 Planejamento das redes sociais adotadas pelas BU

Em relação ao planejamento adotado para se trabalhar com as redes sociais nas BU pesquisadas primeiramente procurou-se analisar em que tipo de projetos e/ou iniciativas as plataformas da Web 2.0 poderiam ser empregadas nas bibliotecas que corresponde a questão de número nove do roteiro de entrevista.

Nota-se que esses serviços estão relacionados com a melhora da visibilidade requerida pelo *II Plan Estratégico de Rebiun* (2007/2010), aonde entre outras atividades a serem desenvolvidas pelas BU espanholas estavam, o desenvolvimento de habilidades de informação (ALFIN) nos estudantes e pesquisadores, que sugeriam como ferramentas para a formação do usuário as plataformas da Web 2.0 e, o aumento da visibilidade da biblioteca, este último para atender ao indicador “visibilidade” discutido anteriormente por González Fernández-Villavivencio *et al.* (2013) e Arroyo-Vázquez (2013).

Embora a filosofia da Web 2.0 favoreça inúmeros tipos de projetos e iniciativas, perguntou-se de que formas essas ferramentas poderiam ser empregadas na biblioteca, assim o entrevistado da BUA indicou algumas possibilidades: “Dado que já temos implementados canais RSS, um *blog* e o perfil na rede social Facebook, poderíamos implantar o serviço do OPAC 2.0, uma *Wiki* para que o usuário possa gerar e atualizar ele mesmo a informação, e introduzir o *chat* para o serviço de referência virtual”. Isso mostra que as possibilidades concebidas por essas ferramentas oferecem autonomia para o usuário se comunicar com a biblioteca e também compartilhar e criar informações no ambiente universitário.

De acordo com a bibliotecária da UPV todas aquelas iniciativas que envolvam as redes sociais e tragam implicações na seção de *marketing* ou comunicação com os usuários podem ser empregadas nas bibliotecas. Isso demonstra a abertura que a biblioteca possuía para apreciar novos serviços ou plataformas que propiciem a expansão da seção de *marketing* e comunicação da informação junto aos usuários.

A apropriação das redes sociais pela biblioteca universitária pode ser mencionada também em campanhas que acrescentem melhorias para a dinamização cultural. Assim, quanto ao emprego das redes sociais nas bibliotecas a bibliotecária da BUVA Reina Sófía destacou as seguintes iniciativas/projetos utilizando essas ferramentas 2.0; em qualquer atividade cultural eles utilizam *blog* ou Flickr; na difusão do nosso fundo bibliográfico utilizam o Pinterest; na difusão seletiva da informação utilizam o Delicious e, na divulgação das notícias utilizam o Twitter. Outras iniciativas foram observadas no planejamento das redes sociais dessas bibliotecas em que envolvia a perspectiva da dinamização cultural do espaço, permitindo divulgar as novidades e promover o acervo.

Segundo a entrevistada da BUAH:

[...] são numerosas as iniciativas que a biblioteca pode colocar em funcionamento ao empregar as redes sociais neste espaço, sem dúvida são todas elas muito benéficas. Entretanto, por diferentes circunstâncias, os bibliotecários não tiveram a oportunidade de planejar sua implantação, contudo na atualidade eles se encontram em um bom momento em que esperam alcançar resultados nos próximos meses (BUAH).

Nesse sentido, foram ressaltadas várias ações a serem consideradas no futuro pela BUAH: a) criação de contas no Twitter para cada uma das bibliotecas por área de conhecimento existente na Universidade de Alcalá de Henares; b) criação de uma página institucional na rede Facebook; c) criação na rede Pinterest, Flickr ou Picasa de um álbum que recolha fotos de eventos, notícias, pessoas, etc.; e d) criação de um espaço para incluir um aplicativo de *chat* que seja incorporado ao sítio web da biblioteca. Do mesmo modo, foi elaborado pela biblioteca um Plano de Tecnologia, relativo ao período 2010-2011, que estava relacionado de forma concreta com duas linhas estratégicas destacadas no Planejamento Estratégico de 2008-2011, que foi elaborado pela biblioteca: a) linha estratégica 1, relativa a espaços e inovação tecnológica; e b) linha estratégica 4, relativo aos usuários e serviços. Assim, os bibliotecários dessa biblioteca deveriam assegurar a manutenção e atualização das ferramentas 2.0 desenvolvendo e implementando essas aplicações e explorando dados estatísticos relativos ao seu funcionamento.

Os CRAI da UB desenvolvem inúmeros projetos e iniciativas utilizando as redes sociais, a entrevistada observou que estes serviços podem ser utilizados juntamente com essas ferramentas 2.0 para:

- *A pesquisa e segmentação de mercado* utilizando os *blogs* por meio de enquetes parciais, que avaliam determinado segmento de serviços ou usuários, ou globais que analisam sobre a percepção, utilidade dos serviços, recursos eletrônicos, etc. Neste caso

as enquetes são publicadas no próprio *blog* e os resultados parciais podem ser vistos pelos usuários.

- A *formação dos usuários* será beneficiada com o anúncio de cursos. Esta é feita utilizando-se das inúmeras ferramentas 2.0 disponibilizadas pelas bibliotecas, sejam elas o Twitter, Facebook, *blogs*, Pinterest etc.
- O *marketing da biblioteca* utilizará estratégias para a promoção de recursos e serviços em funcionamento, novos serviços e divulgação global usando para isso Facebook, Twitter, Pinterest e os *blogs*. A figura 63 traz o exemplo do *blog* de Geologia e o concurso “Geonigma”.

Figura 63 – Promoção do *blog* da biblioteca de Geologia



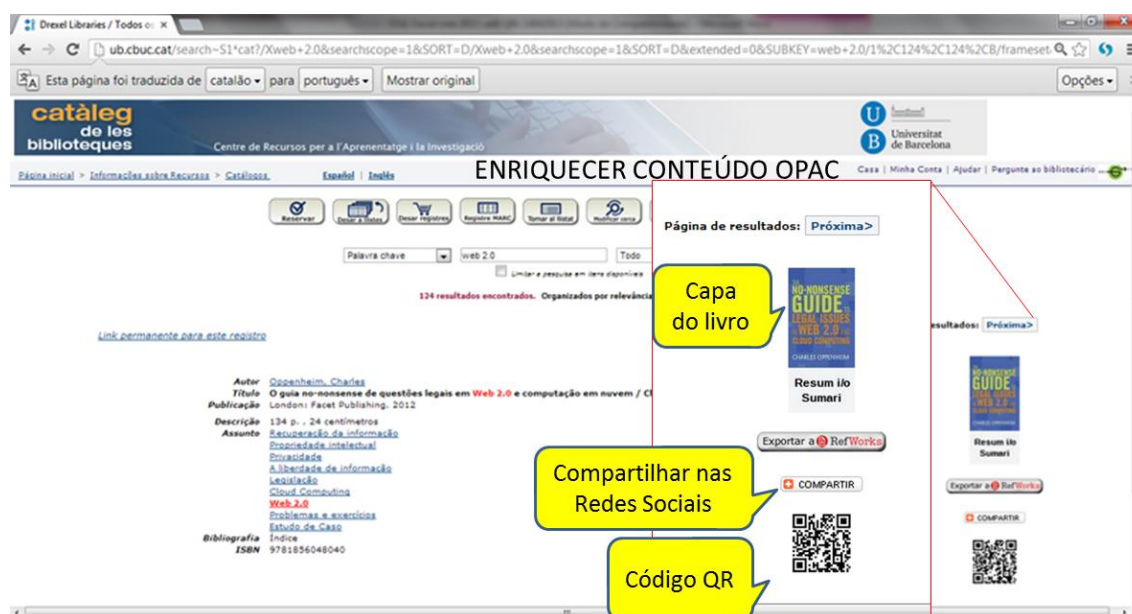
Fonte: *Blog* de Geologia CRAI UB (2012)

A iniciativa “Geoenigma”²⁶² criada pela Biblioteca do Curso de Geologia da UB consiste de um concurso publicado no *blog* onde a biblioteca inclui uma série de até seis perguntas que envolvem *links*, figuras, mapas e outros recursos bibliográficos relacionados. Estas perguntas procuram motivar o usuário a participar desta competição buscando fontes de informação inclusas no acervo dessa biblioteca que estão relacionadas com um marco teórico geológico. A cada duas semanas que uma pergunta é publicada a sua resposta é apresentada. A cada pergunta respondida corretamente o usuário vai pontuando, ao final ganha aquele que obtem mais pontos. Apesar de a iniciativa ser inovadora, houveram apenas 11 participantes que competiram no último concurso, número esse, de acordo com o organizador, que tem diminuído, onde os três primeiros foram premiados com até 1000 cópias digitalizadas de um documento e a assinatura anual da revista *Geologica Acta*.

²⁶² Geoenigma do CRAI de Geologia da UB. Disponível em: < <http://blocgeologia.ub.edu/GEOENIGMA/>>. Acesso em: 30 out. 2013.

- O Catálogo OPAC Millenium, da Innovative Interfaces, sofreu uma reestruturação para compartilhar registros em todas as redes sociais, realizar a leitura dos dados de um registro bibliográfico com a ajuda do código QR, e também disponibilizar a possibilidade de enriquecer os dados de um registro bibliográfico com informação externa, que podem, por exemplo, ser imagens de capas de livros recuperadas de diferentes editoras ou livrarias virtuais. A figura 64 exprime algumas destas capacidades em torno do OPAC disponibilizado pelo CRAI da UB.

Figura 64 – Enriquecimento de conteúdo no registro do catálogo OPAC do CRAI UB



Fonte: Elaborada pelo autor.

- As *guias temáticas* – a utilização das plataformas Delicious e Netvibes, favorece os usuários com conteúdo digital já organizado por temática/assunto que pode beneficiar na organização e recuperação da informação com a qual aquela biblioteca trabalha. Neste sentido, as bibliotecas do *campus* de Bellvitge, e dos cursos de Direito, Farmácia e Letras concedem este serviço aos usuários.

Para poder corroborar com as questões relativas ao planejamento, elaborou-se a questão 3G, em aberto, cuja foi inserida no questionário, para que o bibliotecário pudesse comentar como foi o planejamento para a utilização das redes sociais na sua biblioteca. A seguir estão retratadas as respostas de algumas bibliotecas:

[...] se planejou algo que foi incluído em um plano de melhoria²⁶³ dos serviços da biblioteca no ano de 2010 que estava centrado na comunicação com o usuário e a

²⁶³ Apresentação Biblioteca 2.0 UPV Gandia. Disponível em: < <http://www.slideshare.net/Comunica2Gandia/biblioteca-5718628> >. Acesso em: 01 nov. 2013.

partir do qual se iniciou o Facebook em três *campi* universitários. Atualmente se está trabalhando em um planejamento que inclua uma visão mais geral das redes sociais como meio de comunicação com os usuários (BUPV).

Em princípio o seu uso foi muito mais uma iniciativa espontânea de alguns bibliotecários, com pouco planejamento dado a rapidez com que se desenvolvem as redes sociais. Com o tempo fomos planejando e estabelecendo pautas de uso (BUC3M).

Quando se implementou não seguimos nenhum manual, não havíamos criado nada e cada biblioteca da UB funcionava de maneira independente neste aspecto, ainda que seguindo alguns princípios básicos sobre conteúdos publicados na Intranet do CRAI. Este ano já se publicou o livro branco das redes sociais da Universidad de Barcelona (BUB).

Não foi realmente nada planejado, mas depois de estudar as ferramentas mais usadas, as mais fáceis ou com mais interesse para a biblioteca, foram sendo implementadas pouco a pouco (BUVA).

Pode-se observar por essas respostas que, enquanto algumas seguiam um planejamento formalizado por meio de um plano de melhoria dos serviços, outras não planejaram nada apenas começaram a implantação e, logo em seguida, formalizaram isso junto ao planejamento da sua universidade. Cabe ainda salientar que, o livro branco das redes sociais²⁶⁴ desenvolvido pela Universitat de Barcelona e, aproveitado pelas bibliotecas dessa instituição, exhibe diversos conselhos práticos de uso das redes sociais nessa instituição, incluindo um guia de estilo visual, recomendações de uso, guia de estilo de redação, glossário de termos relativos às redes sociais, objetivos e funções básicas do uso de cada uma das plataformas adotadas, e uma política de conteúdo que ajudam a definir uma linha editorial e um código de comportamento dos gestores dos perfis que utilizam em nome da UB.

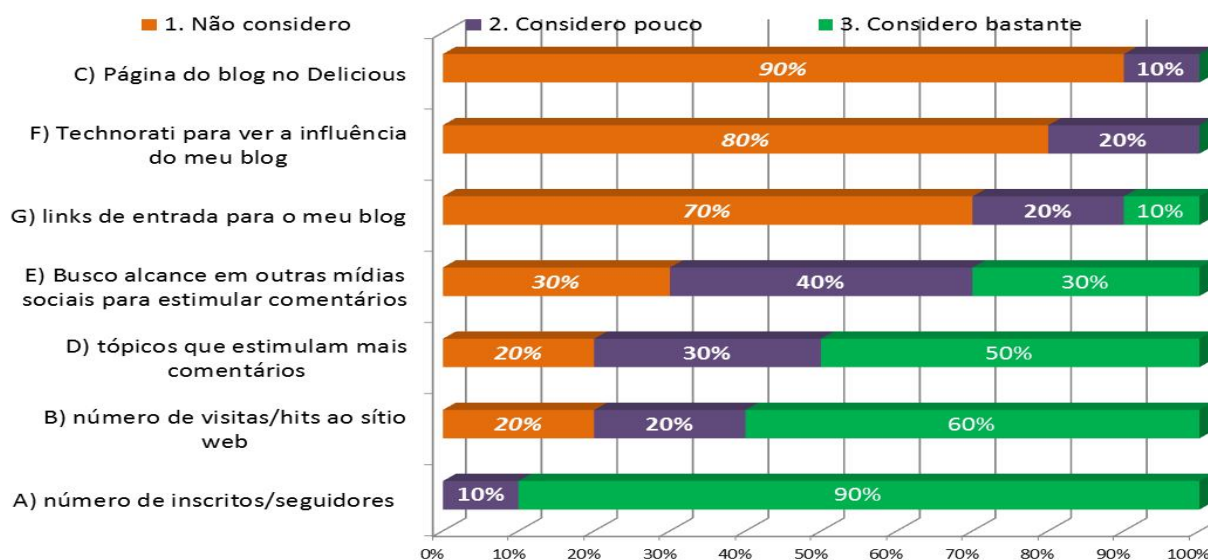
5.4.2 Avaliação das redes sociais adotadas pelas BU

O processo de planejamento e avaliação das redes sociais nas BU pesquisadas apresenta particularidades que se destacam em termos de avaliação, principalmente por algumas destas bibliotecas já estarem trabalhando com indicadores de avaliação das redes sociais. Outro fato marcante estava relacionado à utilização de *blogs* e *microblogs* em quase todas as BU o que poderia dar maior ênfase aos indicadores de *blogs* que foram considerados no questionário.

²⁶⁴ Livro Branco das redes sociais na Universitat de Barcelona. Disponível em:< http://www.ub.edu/web/ub/galleries/documents/noticies/llibre_blanc_UB.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2013.

O questionário procurou analisar algumas possibilidades de medidas consideradas para avaliar o uso das redes sociais nas BU pesquisadas. A questão 3F mostrou aos respondentes alguns indicadores que fossem passíveis de avaliação, sendo que a maioria estava relacionada aos indicadores de *blogs*, porém é possível considerar estes indicadores também para redes sociais e outras plataformas. A figura 65 expõe o resultado daquilo que foi considerado ou não pelos respondentes.

Figura 65 – Medidas de avaliação das redes sociais consideradas pelos respondentes



Fonte: Elaborada pelo autor.

Percebem-se de maneira simplificada que aquilo que foi considerado pelos respondentes para avaliar as redes sociais das BU foram os seguintes: 1) número de inscritos/seguidores (90% consideram bastante e 10% consideram pouco); 2) número de visitas/*hits* ao sítio web (60% consideram bastante, 20% consideram pouco e 20% não consideram); 3) tópicos que estimulam mais comentários (50% consideram bastante, 30% consideram pouco e 20% não consideram); 4) busco alcance em outras redes sociais para estimular comentários (30% consideram bastante, 40% consideram pouco e 30% não consideram); 5) *links* de entrada para o meu *blog* (10% consideram bastante, 20% consideram pouco e 70% não consideram); 6) Technorati para ver a influência do meu *blog* (20% consideram pouco e 80% não consideram); e 7) página do *blog* no Delicious (10% consideram pouco e 90% não consideram);

Embora se tenha estabelecido algumas medidas para serem avaliadas no questionário, vale ressaltar o trabalho feito no CRAI de Geologia da Universitat de Barcelona. O ideal seria que houvesse uma padronização de indicadores entre as BU, porém nota-se que isso ainda encontra-se em fase experimental onde as BU vão procurar criar indicadores e observar qual é aquele que mais rapidamente traz resultados. Desta forma, destaca-se a seguir, esta atividade.

Atualmente, se contabilizam estatísticas de uso relacionadas a *posts*, visitantes, comentários, simpatizantes, etc. Contudo, a entrevistada citou que eles estão trabalhando com uma proposta do CRAI de Geologia da Universitat de Barcelona que oferece novos indicadores para acompanhar as plataformas adotadas nas redes sociais. (UNIVERSITAT DE BARCELONA (UB) CRAI GEOLOGIA, 2011).

Assim, para os perfis que estão presentes na rede social Facebook.com foram ressaltados como indicadores pelo CRAI de Geologia: a data de início, o número de seguidores, o sexo e a idade dos seguidores, a atividade dos fãs, as interações dos usuários, as visitas a páginas (*Page Views*).

A tabela 13 expõe todos os perfis criados no Facebook pelos CRAI da UB que foram percebidos no levantamento realizado pelo CRAI de Geologia no ano de 2011. No sentido de aprofundar a análise dos dados da tabela elaboraram-se duas colunas extras; seguidores em 2013 e, % (percentual) da diferença de seguidores; observados entre 2011 e 2013, pode-se constatar um aumento de seguidores em todos os perfis do Facebook tendo como destaque o CRAI de Geologia e também o perfil do CRAI de Física e Química.

Tabela 13 – Perfil do Facebook das bibliotecas do CRAI da Universitat de Barcelona

| FACEBOOK | No Facebook desde | Seguidores 2011 | Seguidores 2013 ²⁶⁵ | % Diferença 2011/13 |
|---|-------------------|-----------------|--------------------------------|---------------------|
| Letras ²⁶⁶ | JUN 2009 | 2.689 | 3.067 | +14% |
| Biblioteconomia ²⁶⁷ | OUT 2008 | 1.121 | 1.333 | +19% |
| Direito ²⁶⁸ | MAR 2009 | 1.070 | 1.417 | +32% |
| Bellvitge (Campus da Área de Saúde UB) ²⁶⁹ | MAR 2009 | 658 | 783 | +19% |
| Geologia ²⁷⁰ | OUT 2010 | 357 | 826 | +131% |
| Farmácia ²⁷¹ | ABR 2010 | 296 | 397 | +34% |
| Relações Trabalhistas ²⁷² | SET 2010 | 257 | 328 | +28% |
| Física e Química ²⁷³ | MAR 2011 | 62 | 171 | +176% |

Fonte: Elaborada pelo autor baseado no *blog* de Geologia da Universitat de Barcelona (UNIVERSITAT DE BARCELONA (UB) CRAI GEOLOGIA, 2011).

²⁶⁵ Levantamento de seguidores realizado pelo autor nos perfis do Facebook na data de 16 de abr. 2013.

²⁶⁶ Facebook do CRAI de Letras. Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/Biblioteca-de-Lletres-CRAI-UB/28839399985/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁶⁷ Facebook do CRAI de Biblioteconomia. Disponível em: <<http://www.facebook.com/UBbiblio/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁶⁸ Facebook do CRAI de Direito. Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/Biblioteca-de-Dret-Universitat-de-Barcelona/66829778687/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁶⁹ Facebook do CRAI da área de Saúde. Disponível em: <<http://www.facebook.com/Biblioteca.Campus.UB.Bellvitge/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁷⁰ Facebook do CRAI de Geologia. Disponível em: <<http://www.facebook.com/bib.geo.UB.CSIC/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁷¹ Facebook do CRAI de Farmácia. Disponível em: <<http://www.facebook.com/CRAI.BibliotecadeFarmacia/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁷² Facebook do CRAI de Relações Trabalhistas. Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/Biblioteca-de-Relacions-Laborals-Universitat-de-Barcelona/136657453026130/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁷³ Facebook do CRAI de Física e Química. Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/CRAI-Biblioteca-de-Física-i-Química/105926419487431/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

Para a plataforma Twitter o CRAI de Geologia enumerou os seguintes indicadores a serem observados nos perfis criados para o CRAI da Universitat de Barcelona: a data de início, o número de seguidores, o número de *tweets*, a nuvem de *Tags* usando o aplicativo Tweetcloud²⁷⁴, a influência usando o aplicativo Tweetlevel²⁷⁵.

A tabela 14 representa os perfis criados na rede Twitter para os CRAI da UB que foram observados no levantamento realizado pelo CRAI de Geologia no ano de 2011. No sentido de aprofundar a análise dos dados da tabela elaboraram-se também duas colunas extras: *tweets* em 2013; % (percentual) da diferença de *tweets* observados entre 2011 e 2013. Pode-se constatar um aumento de *tweets* em todos os perfis do Twitter tendo como destaque o aumento de 960% na quantidade de *tweets* do CRAI de Geologia, o CRAI do *campus* de Bellvitge da Área da Saúde da UB teve um aumento significativo de 394%, como também o perfil do CRAI de Economia e Administração de Empresas que ficou com um aumento de 258,85% isto mostra a ênfase dada nesta plataforma para a difusão dos serviços destas bibliotecas.

Tabela 14 – Perfil de Twitter das bibliotecas do CRAI da Universitat de Barcelona

| TWITTER | No Twitter desde | <i>Tweets</i> 2011 | <i>Tweets</i> 2013 | % Diferença 2011-2013 |
|---|------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------|
| Letras ²⁷⁶ | MAR 2008 | 2.077 | 3.735 | +79,83% |
| Farmácia ²⁷⁷ | DEZ 2008 | 1.337 | 2.012 | +50,49% |
| Direito ²⁷⁸ | DEZ 2009 | 1.312 | 2.229 | +69,89% |
| Bellvitge (<i>Campus</i> da Área da Saúde UB) ²⁷⁹ | FEV 2011 | 981 | 4.852 | +394,60% |
| Relações Trabalhistas ²⁸⁰ | JAN 2011 | 659 | 1.768 | +168,29% |
| Economia e Admin. de Empresas ²⁸¹ | FEV 2011 | 384 | 1.378 | +258,85% |
| Geologia ²⁸² | NOV 2010 | 326 | 3.458 | +960,74% |
| Física e Química ²⁸³ | FEV 2011 | 261 | 546 | +109,20% |

Fonte: Elaborada, pelo autor baseado em dados do *blog* de Geologia da Universitat de Barcelona (UNIVERSITAT DE BARCELONA (UB) CRAI GEOLOGIA, 2011).

Para os *blogs* do CRAI da Universitat de Barcelona foram destacados os seguintes indicadores: a data de início, o número de visitas, o número de assinantes, as entradas mais lidas

²⁷⁴ Tweetcloud - Disponível em: <<http://tweetcloud.icodeforlove.com/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁷⁵ Tweetlevel - Disponível em: <<http://tweetlevel.edelman.com/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁷⁶ Twitter do CRAI de Letras. Disponível em: <<http://twitter.com/blocdelletras/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁷⁷ Twitter do CRAI de Farmácia. Disponível em: <<http://twitter.com/blocfarminfo/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁷⁸ Twitter do CRAI de Direito. Disponível em: <<http://twitter.com/BibDret/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁷⁹ Twitter do CRAI do *Campus* da Área da Saúde UB. Disponível em: <<http://twitter.com/BibBellvitge/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁸⁰ Twitter do CRAI de Relações Trabalhistas. Disponível em: <<http://twitter.com/bibrll/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁸¹ Twitter do CRAI de Economia e Administração de Empresas. Disponível em: <<http://twitter.com/bibecoemp/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁸² Twitter do CRAI de Geologia. Disponível em: <<http://twitter.com/bibgeo/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁸³ Twitter do CRAI de Física e Química. Disponível em: <<https://twitter.com/bibfiq>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

(*posts* mais lidos), a sua influência (medida observada por meio do aplicativo Bloglevel²⁸⁴), a sua popularidade, a sua fidelidade e a sua confiança todos os três anteriores também observados por meio do Bloglevel. A tabela 15 exprime os indicadores dos *blogs* do CRAI da UB.

Tabela 15 – Blogs do CRAI da UB

| BLOGS DO CRAI DA UB | Blog desde | Popularidade | Fidelidade | Confiança | Influência |
|---|------------|--------------|------------|-----------|-------------------|
| Letras ²⁸⁵ | JAN 2007 | 33,6 | 38,5 | 38,5 | 31,2 |
| Direito ²⁸⁶ | FEV 2007 | 31,2 | 33,6 | 36,1 | 28,7 |
| Farmácia ²⁸⁷ | FEV 2007 | 31,2 | 33,6 | 34,8 | 28,7 |
| Economia e Adm. de Empresas ²⁸⁸ | ABR 2008 | 31,2 | 29,9 | 33,6 | 26,2 |
| Bellvitge (<i>Campus</i> da Área da Saúde UB) ²⁸⁹ | ABR 2007 | 28,7 | 29,9 | 31,2 | 26,2 |
| Física e Química ²⁹⁰ | JAN 2009 | 27,5 | 28,7 | 31,2 | 25,0 |
| Pavelló de la República (Hist. Contemporânea) ²⁹¹ | MAR 2009 | 27,5 | 28,7 | 31,2 | 25,0 |
| Matemática ²⁹² | ABR 2009 | 26,2 | 27,5 | 31,2 | 25,0 |
| Reserva (Conservação e Restauração) ²⁹³ | JUN 2010 | 22,5 | 25,0 | 25,0 | 20,0 |
| Geologia ²⁹⁴ | MAR 2011 | 22,5 | 23,8 | 23,8 | 18,8 |
| Filosofia, Geografia e História ²⁹⁵ | SET 2008 | 21,3 | 21,3 | 25,0 | 18,8 |

Fonte: *Blog* de Geologia da Universitat de Barcelona (UNIVERSITAT DE BARCELONA (UB) CRAI GEOLOGIA, 2011).

Em relação ao compartilhamento de vídeos na plataforma Youtube.com foram destacados os seguintes indicadores pelo CRAI de Geologia: data de início, número de vídeos, número de visualizações, origem das visualizações e número de assinantes.

Além disso, o CRAI de Geologia da UB utiliza o aplicativo Klout.com para avaliar a influência global dos canais de comunicação 2.0 dessa biblioteca. Usando para isso cinco indicadores gerados por este aplicativo: estilo Klout²⁹⁶, alcance real²⁹⁷, probabilidade de

²⁸⁴ Bloglevel disponível em:<<http://bloglevel.edelman.com/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁸⁵ *Blog* do CRAI de Letras. Disponível em:<<http://bloccdelletres.ub.edu/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁸⁶ *Blog* do CRAI de Direito. Disponível em:<<http://bloccdedret.ub.edu/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁸⁷ *Blog* do CRAI de Farmácia. Disponível em:<<http://bloccfarminfo.ub.edu/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁸⁸ *Blog* do CRAI de Economia e Administração de Empresas. Disponível em:<<http://bloceconomiaempresa.ub.edu/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁸⁹ *Blog* do CRAI do *Campus* da Área da Saúde UB. Disponível em:<<http://blocccampusbellvitge.ub.edu/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁹⁰ *Blog* do CRAI de Física e Química. Disponível em:<<http://bloccfiq.ub.edu/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁹¹ *Blog* do CRAI de Hist. Contemporânea. Disponível em:<<http://bloccpavellorepublica.ub.edu/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁹² *Blog* do CRAI de Matemática. Disponível em:<<http://bloccmat.ub.edu/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁹³ *Blog* do CRAI de Reserva (Conservação e Restauração). Disponível em:<<http://bloccibreserva.ub.edu/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁹⁴ *Blog* de Geologia. Disponível em:<<http://bloccgeologia.ub.edu/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁹⁵ Disponível em:<<http://bloccfgh.ub.edu/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

²⁹⁶ Indicador Estilo Klout: O Klout classifica o seu estilo dentro das redes analisadas, definindo-o como: *Curator, Broadcaster, Taste Maker, Celebrity, Syndicator, Feeder, Thought Leader, Pundit, Dabbler, Conversationalist, Socializer, Networker, Observer, Explorer, Activist, e Specialist*. Cada uma dessas categorias diz respeito a um comportamento específico dentro das redes sociais e das repercussões que esse comportamento provoca. Embora o seu uso não tenha sido muito amplo isso gerou a sua suspensão pela própria equipe do Klout. (SILVESTRE, 2011; KLOUT, 2012)

amplificação²⁹⁸, influência na rede²⁹⁹ e o Klout Score. A tabela 16 expressa a influência dos canais do CRAI de Geologia da UB.

Tabela 16 – Influência dos canais de comunicação 2.0 do CRAI de Geologia da UB

| Canais de Comunicação 2.0 | Estilo | Alcance Real | Probabilid. Amplificação | Influência na Rede | Klout Score |
|--|--------------|--------------|--------------------------|--------------------|--------------|
| Letras | Explorador | 254 | 6 | 19 | 36,50 |
| Bellvitge (<i>Campus</i> da Área da Saúde UB) | Socializador | 204 | 6 | 21 | 35,86 |
| Economia e Adm. de Empresas | Explorador | 57 | 4 | 19 | 22,65 |
| Farmácia | Explorador | 54 | 3 | 19 | 22,09 |
| Relações Trabalhistas | Explorador | 32 | 3 | 19 | 19,59 |
| Direito | Amador | 34 | 3 | 19 | 18,07 |
| Geologia | Amador | 27 | 3 | 16 | 16,76 |
| Física e Química | Observador | 14 | 2 | 17 | 13,19 |
| Depósito Digital | Observador | 7 | 2 | 15 | 12,25 |

Fonte: *Blog* de Geologia da Universitat de Barcelona (UNIVERSITAT DE BARCELONA (UB) CRAI GEOLOGIA, 2011).

Todo este trabalho realizado pelo CRAI de Geologia da UB mostra a complexidade que existe para avaliar a real situação dos perfis utilizados por uma biblioteca e, poder demonstrar o valor do investimento feito na adoção das ferramentas. Em suma, isso mostra que há a necessidade de medir para saber se o trabalho traz o retorno esperado.

A realidade das BU na Universidad de Alicante mostra que eles utilizam a própria ferramenta da plataforma de *blogs* Wordpress.com para extrair os números de comentários recebidos e o número de visitas. Já no Facebook isto seria feito por meio das estatísticas semanais, que essa ferramenta oferece, podendo extrair como indicadores o número de comentários, de pessoas que “curtiram” a página, novos amigos etc. Não foram encontrados dados tão detalhados como os apresentados pela BU da Universitat de Barcelona no *blog* da Universidad de Alicante.

A bibliotecária da BUVA Reina Sofia afirmou que em termos de avaliação elas procuram se utilizar de algumas aplicações como ferramenta de análise, porém isso não estaria sendo feito com todas. Apesar disso, o resultado dessa análise não está sendo empregado como tomada de decisão, somente a título de orientação. Assim, procurou-se por documentos de planejamento elaborados por essa BU para saber se havia algo que fosse considerado na adoção e avaliação das ferramentas 2.0.

²⁹⁷ Indicador Klout Alcance Real: é o tamanho de sua audiência engajada. Basicamente, o Klout elimina os perfis falsos, inativos ou provedores de *spam* e calcula o volume de perfis que realmente você pode exercer influência. Ele é fornecido em número bruto e leva em consideração o número de seguidores, de seguidores mútuos, total de *retweets*, a razão seguidores/seguidos, total de mentions e de listas incluídas. (ISHIDA, 2011)

²⁹⁸ Indicador Klout Probabilidade de amplificação: é a probabilidade do conteúdo do perfil ser disseminado pelos seus seguidores ou até mesmo iniciar uma conversa. O Klout considera três pilares principais para essa métrica: engajamento, velocidade de propagação e volume de atividade. (ISHIDA, 2011)

²⁹⁹ Indicador Klout influência na rede: é a influência da audiência engajada do perfil. Apesar de também considerar a influência geral dos seguidores, ele dá mais peso aos seguidores que interagem com o perfil, seja por meio de “menções”, “repostas”, “*retweets*” e inclusões em listas. (ISHIDA, 2011)

Neste sentido, o documento que destaca o planejamento de melhoria dos serviços da BUVA pode ser acessado via sítio web da BUVA³⁰⁰, em que constam dados sobre o 2º planejamento de melhoria³⁰¹, referente ao período de 1º de março a 31 de dezembro de 2012. Neste documento, que expressa sobre os “resultados do 2º planejamento de melhoria da BUVA” é possível distinguir o tópico “*institucionalizar las herramientas de la red social, (guías temáticas, blogs, Twitter...)*” (em português, criar as ferramentas de rede social, guias temáticas, *blogs*, Twitter...).

Ele exhibe um panorama da situação, tanto das bibliotecas da Uva, como também, de um documento compartilhado na intranet daquela instituição que expressa as pautas de uso da Web Social na BUVA. O referido documento inclui ainda, pautas gerais relativas ao desenho da web com a personalização dos logotipos; pautas de comportamento e atenção; e pautas de conteúdos a serem veiculados nestes espaços. O documento destaca também, um glossário de termos e qual o conteúdo que deverá estar presente nos perfis do Twitter, Facebook, Netvibes, Delicious, *Blogs*, Skype, Flickr relativo às bibliotecas. Por último, ressalta a necessidade de se estabelecer uma política de *marketing* para fazer com que as redes sociais sejam eficazes e, para isso, são estabelecidos alguns indicadores de medição para acompanhar o desenvolvimento destes perfis.

Assim, é possível constatar a preocupação do comitê gestor no estabelecimento de políticas para o uso das redes sociais na biblioteca da UVA no sentido de desenvolver os serviços de *marketing* da instituição.

Isto posto, o documento do 2º planejamento de melhoria considerou que o grupo de gestão número um, relativo a liderança, ficaria responsável por definir os objetivos e o estilo de utilização das ferramentas de redes sociais na BUVA. Desta maneira, foi estabelecida uma ação para “criar as ferramentas 2.0” que seriam utilizadas pela biblioteca. O grupo de gestão número dois, que se refere a estratégia do planejamento de melhoria, ficou responsável por listar duas ações voltadas para o plano de *marketing*, cuja primeira ação era “estabelecer a promoção e difusão dos serviços da biblioteca da BUVA”, e, a outra “proposição de ações para executar o plano de *marketing*”. O grupo de gestão número quatro relativo às “Alianças e Recursos” ficaria responsável por “implantar melhorias na página web da BUVA” obedecendo a critérios de desenho web, estrutura, conteúdo e busca de informação. Nota-se, com isso, haver a necessidade de realizar um planejamento muito bem organizado para poder avaliar as ações que consideram a adoção dessas ferramentas 2.0 para poder vinculá-las às políticas institucionais e aquelas da área de *marketing*.

³⁰⁰ Sítio Web da BUVA tópico “*Camino hacia la Excelencia*”. “*Plan de Mejora de la Biblioteca Universitaria*”. Disponível em:

<http://www.uva.es/opencms/contenidos/serviciosAdministrativos/bibliotecaArchivo/Biblioteca_universitaria/Informacion_general/Camino-hacia-la-Excelencia.html>. Acesso em 20 jul. 2013.

³⁰¹ 2º *Plan de Mejora de la Biblioteca de la UVA*. Disponível em:

<http://www.uva.es/export/sites/default/contenidos/serviciosAdministrativos/bibliotecaArchivo/Biblioteca_universitaria/_documentos/2-PlanMejoraBUVA2012Revisado.pdf>. Acesso em 20 jul. 2013.

Segundo a bibliotecária da BUAH os *blogs* e *Wiki* de Guias Temáticas elaborados pela biblioteca são medidos por meio do Google Analytics. Já o canal do Youtube considera a sua própria ferramenta de medição. Apesar disso, com o Twitter, todavia não foi realizado um estudo para avaliar a repercussão de seu impacto. Neste último caso, se utilizam como métricas na biblioteca da BUAH os campos “seguidores”, “menções” e “interações”.

Ainda que tenham sido percebidos indícios da existência de métricas para medir as atividades que usam as redes sociais, Arroyo-Vázquez (2013) ressalta que as bibliotecas ainda precisam estabelecer um padrão para medir as ações realizadas nas redes sociais. Este padrão, requer que as bibliotecas passem a introduzir indicadores para serem comparados e, assim, surgir um padrão que possa ser adotado por todas as BU espanholas.

O estabelecimento de um padrão de métricas de uso das redes sociais ainda merece atenção das bibliotecas visitadas, isto pode ser constatado pelas respostas concedidas na questão 3I, no quadro 48 logo abaixo.

Quadro 48 – Comentários sobre a validação do uso das redes sociais

| Biblioteca Visitada | Comentários sobre a Validação do Uso |
|---------------------|---|
| BUPV | Na nossa biblioteca cada administrador recolhe os dados que ele considera importante. Atualmente, estão trabalhando em uma seleção de dados comum a todas as bibliotecas. |
| BUC3M | Na página do Facebook, todos os membros do Grupo 2.0 são administradores. Nas outras redes sociais, se entra com o usuário criado e que é conhecido por aqueles que são membros do Grupo. |
| BUB | A avaliação da utilização das redes sociais na nossa biblioteca contempla os temas de interesse dos usuários da biblioteca e, os seguidores dos perfis das nossas redes sociais. |
| BUAH | Devido ao pouco tempo de início das atividades com o perfil do twitter, o processo de avaliação que existe atualmente é para acompanhar a métrica de seguidores. A falta de um planejamento que guie a nossa ação determinou a necessidade urgente de sua organização, pelo que de forma iminente se começou a trabalhar junto a grupo de funcionários que foi criado para esta finalidade. |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Vale ressaltar que, apenas quatro das dez bibliotecas que responderam a questão 3I do questionário citaram algo sobre a validação do uso das redes sociais nessas bibliotecas. As que responderam enfatizaram que estavam passando por um processo de discussão interna para definir quais seriam as métricas adotadas para avaliar o retorno do projeto que envolvia a adoção das redes sociais.

Isto posto, pode-se dizer que o objetivo de identificar como são realizados o planejamento para adoção e a avaliação das métricas de uso das redes sociais foi atingido. Ou seja, o planejamento para adoção seguia programas de melhoria dos serviços das BU que consideravam a adoção deste tipo de ferramenta 2.0 como incremento para a comunicação e formação dos usuários. Além disso, as BU espanholas tem procurado elaborar ações incluídas no seu planejamento estratégico que consideram a criação das ferramentas 2.0. Pode-se ainda mencionar como resultado da avaliação de métricas, o modelo observado na BUB que aqui foi acrescentada análise por meio

das Tabelas **13**, **14**, **15** e **16** e, também, dos indicadores de uso das redes sociais observados por Arroyo-Vázquez (2013) e González Fernández-Villavicencio *et al.* (2013) que estão presentes nos quadros 16, 17, 18 e 19 desta tese.

Assim, a próxima seção avalia qual era o perfil do bibliotecário que é responsável pelas redes sociais nas BU visitadas.

5.5 Perfil do bibliotecário 2.0 nas bibliotecas universitárias espanholas visitadas

Nesta pesquisa as variáveis demográficas escolhidas foram aquelas que pudessem situar o leitor junto ao tema da adoção de redes sociais por BU e que atendessem ao objetivo específico de número três. Esse objetivo procurou “identificar o perfil do bibliotecário responsável pela interação e atualização das redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas”, para que pudesse responder as questões Q5 – “Quais são as expectativas e as necessidades dos bibliotecários perante a interação com o usuário nas redes sociais presentes no Catálogo OPAC?” e, também Q6 – “Qual o perfil do bibliotecário responsável pela atualização das redes sociais na Biblioteca Universitária Espanhola?”.

Primeiramente, no roteiro de entrevista, formulou-se a questão de número 14 para se conhecer as expectativas e necessidades dos bibliotecários perante a interação com os usuários que utilizam o catálogo OPAC e estão presentes nos perfis das redes sociais da biblioteca. Em destaque, podem-se apresentar algumas considerações realizadas pelos bibliotecários entrevistados logo a seguir.

A bibliotecária da BUPV indicou que as expectativas e necessidades dos bibliotecários relativas à interação com os usuários de OPAC que utilizam as redes sociais envolvem a necessidade dos usuários interagirem ao máximo para poder analisar aquilo que realmente eles precisam e conseqüentemente a biblioteca atuar na resolução desse problema. Isso demonstra a preocupação dos bibliotecários em adotar as ferramentas 2.0 como um canal de comunicação para procurar conhecer as necessidades dos usuários virtuais e, assim buscar soluções para determinados problemas que o usuário indicou.

A bibliotecária entrevistada da BUAH observou que os bibliotecários terão que mudar de forma drástica a sua mentalidade. Apesar de achar que os bibliotecários são excelentes profissionais, ela considera que formação destes profissionais é regida por parâmetros fortemente normalizados que se tinham uma razão de ser no mundo “analógico”, no mundo virtual deixaram de ter sentido. “Os OPAC atuais estão experimentando uma forte transformação e suas novas funções obrigarão o bibliotecário a utilizar novos critérios de trabalho”. A fala da bibliotecária da BUAH

mostra que o processo de mudança do perfil do bibliotecário para atender às exigências do mundo físico e do virtual requer que ele seja mais proativo e, assuma uma “Atitude 2.0”, conforme indicou Lozano (2008), que permita incorporar essas tecnologias facilitando a mudança sugerida pela bibliotecária. Isso pode ser reforçado por aquilo que disse o bibliotecário entrevistado da BUA: “as expectativas são de poder oferecer ao usuário o que eles necessitam, satisfazendo suas necessidades e o que nesse momento estão demandando algo com a finalidade de conseguir ser uma biblioteca mais participativa e colaborativa”. Pode-se ressaltar que essa filosofia de participação e colaboração é uma das questões principais da Web 2.0.

Apesar de alguns bibliotecários considerarem o uso das redes sociais em bibliotecas a entrevistada da BUB disse desconhecer quais são as expectativas e necessidades dos bibliotecários com a interação com os usuários de OPAC que utilizam as redes sociais, mas existe a previsão de incluir este tema nas próximas pesquisas de satisfação de pessoal que trabalha no CRAI da UB e dos usuários deste espaço.

5.5.1 Dados sobre o gênero, idade e posto que ocupavam os bibliotecários 2.0

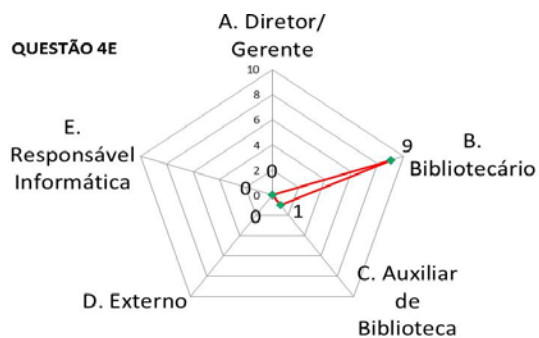
A seguir destacam-se algumas variáveis que procuram responder qual era o perfil do bibliotecário³⁰² que é responsável pela atualização das redes sociais. Embora na amostra estudada escolheu-se somente um bibliotecário para responder ao questionário, nas entrevistas também puderam participar outros bibliotecários que também trabalham com este assunto na mesma biblioteca. Assim, na amostra de 10 pessoas que responderam 30% (n=3) delas eram do sexo masculino e 70% (n=7) do sexo feminino. Quanto à idade dos respondentes seis pessoas tinham entre 35 e 44 anos, duas tinham entre 45 e 49 anos e outras duas tinham entre 50 e 54 anos, assim, podemos classificá-los como sendo representantes da Geração “X” e da “Baby Boomer”.

Quanto ao posto que ocupava, objeto da questão 4E do questionário, nove disseram que eram bibliotecários e havia apenas um que era auxiliar de biblioteca conforme o gráfico da figura 66. Dos que responderam alguns indicaram que o cargo que ocupavam na biblioteca era de: um cuidava da administração do sistema de informação e gestão da biblioteca; um era responsável pela biblioteca do *campus*; um era coordenador de suporte à docência; um era técnico especializado em biblioteca; um era bibliotecário; um era técnico de bibliotecas (bibliotecário); um era diretor adjunto; uma era diretora da biblioteca; por último dois não informaram o cargo que ocupavam na biblioteca.

³⁰² Vale ressaltar que nesta pesquisa não procuramos condicionar o perfil do bibliotecário com a interatividade do OPAC. É possível que para se responder a esta indagação fosse necessário observar pela óptica do usuário 2.0, procurando desvendar o que faz com que esta pessoa interaja com as redes sociais da Biblioteca 2.0.

Pode-se ainda citar o setor ao qual estavam vinculados estes profissionais, objeto da questão 4I do questionário, que responderam como, por exemplo: setor de novas tecnologias; setor de formação do usuário, apoio à plataforma docente (Moodle) e web social; setor de educação; e setor biblioteca universitária.

Figura 66 – Posto que o respondente ocupava



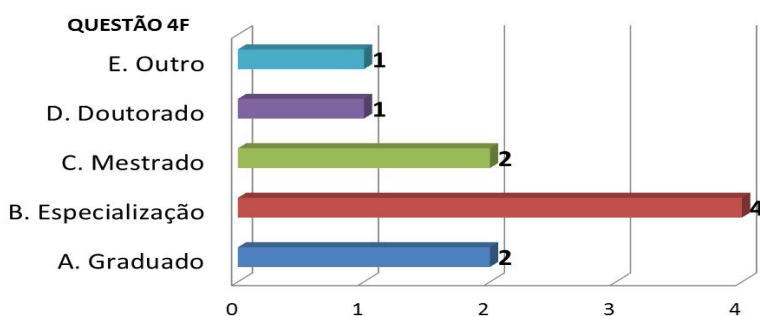
Fonte: Elaborado pelo autor.

Outro aspecto relativo ao perfil do bibliotecário 2.0 a ser observado nas BU visitadas dizia respeito à formação do bibliotecário em redes sociais. A próxima seção irá discutir as respostas relacionadas com esse aspecto procurando ainda apresentar uma breve situação do ensino de informação e documentação na Espanha.

5.5.2 Formação do bibliotecário que interage com as redes sociais

Quanto à variável formação dos respondentes elaborou-se a questão 4F para identificar o grau de formação do respondente. Assim, pode-se destacar que dois eram formados no curso de licenciatura em documentação (em castelhano, *Licenciatura en Documentación*) ou o curso de graduação em Biblioteconomia e Documentação (em castelhano, *Diplomatura en Biblioteconomía y Documentación*) dois possuíam mestrado, quatro a especialização, um tinha doutorado e outro não especificou, conforme consta no gráfico da figura 67.

Figura 67 – Grau de formação dos respondentes



Fonte: Elaborado pelo autor.

Apesar de a questão 4F ter como opções as formações que poderiam atender as realidades brasileira e espanhola, em alguns casos, não foi possível identificar quais cursos de especialização os respondentes estavam vinculados porque ficou faltando uma questão que nomeasse o curso de formação embora na questão 4G alguns tivessem nomeado o seu curso de formação.

No atual contexto de ensino na área de Biblioteconomia e Ciência da Informação na Espanha os cursos de *Diplomatura em Biblioteconomía y Documentación* e de *Licenciatura en Documentación* foram substituídos pelo curso de *Grado en Información y Documentación* que é oferecido por várias universidades espanholas. Os cursos de Diplomatura consistiam de seis quadrimestres (quatro meses), ou seja, dois anos de disciplinas com carga letiva média de 200 créditos que eram oferecidos na Espanha desde 1978. O curso de *Grado en Información y Documentación* consiste em média de 240 créditos realizados em oito quadrimestres e teve sua implantação nas universidades à partir de 2009. O curso de *Licenciatura en Documentación* disponibilizado em algumas universidades espanholas era composto em média de 140 créditos, que correspondiam a quatro quadrimestres de ensino tendo este como requisito para ingresso ser do curso de *Diplomado en Biblioteconomía y Documentación*. Para fazer a correspondência os estudantes já diplomados ou licenciados deveriam cursar uma série de disciplinas complementares, fundamentalmente de caráter básico que não figuravam na formação oferecida nos cursos anteriores. Por último, a formação se completa com créditos de práticas em unidades e/ou centros de informação, assim como da realização obrigatória, da defesa e superação de um Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (em castelhano, *Trabajo de Fin de Grado*). Segundo Carpallo Bautista (2007) o primeiro curso oficial de mestrado na área de bibliotecas na Espanha surgiu em 2006/2007 na Universidade Complutense de Madri.

A Espanha possui diversas universidades com faculdades cujos cursos atendem à área de Documentação que são validados pela Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA)³⁰³, que disponibilizavam de cursos de formação em *Licenciatura*, *Diplomatura* e mais recentemente de *Grado en Documentación*. A tabela 17 exhibe os cursos na área de *Información y Documentación* atualmente existentes, sendo que alguns cursos de *Licenciatura* e de *Diplomatura* estão em processo de extinção dependendo da universidade.

³⁰³ A agência espanhola ANECA avalia os cursos de *grado* em um intervalo de até seis anos e os cursos de *máster* em um intervalo de até quatro anos. Disponível em: <<http://www.aneca.es/Programas/ACREDITA>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

Tabela 17 – Cursos de formação em Documentação presentes na Espanha

| Universidade | Centro/Faculdade Nome Atual | Diplomatura em Bib. y Doc. Ano de Criação | Licenciatura en Documentación Ano de Criação | Grado en Documentación Nome Curso |
|---------------------------|--|---|--|---|
| Alcalá de Henares | Facultad de Documentación y Psicopedagogía | NP | 1994 | NP |
| Autónoma de Barcelona | Facultad de Ciencias de la Comunicació | NP | 1999 | NP |
| Barcelona | Facultad de Bibliot. i Documentació | 1982 | 1998 | Grado en Información y Documentación ³⁰⁴ |
| Carlos III de Madrid | Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación | 1990 | 1994 | Grado en Información y Documentación ³⁰⁵ |
| Complutense de Madrid | Facultad de Ciencias de la Documentación | 1990 | 1996 | Grado en Información y Documentación ³⁰⁶ |
| La Coruña | Facultad de Humanidades y Documentación | 1996 | 2003 | Grado en Información y Documentación ³⁰⁷ |
| Extremadura | Fac. de Bibliot. y Documentación | 1994 | 1997 | Grado en Información y Documentación ³⁰⁸ |
| Granada | Facultad de Comunicación y Documentación | 1983 | 1994 | Grado en Información y Documentación ³⁰⁹ |
| León | Facultad de Filosofía y Letras | 1991 | NP | Grado en Información y Documentación ³¹⁰ |
| Murcia | Facultad de Comunicación y Documentación | 1988 | 1998 | Grado en Información y Documentación ³¹¹ |
| Oberta de Catalunya | Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació | NP | 1999 | Grado en Información y Documentación ³¹² |
| Politécnica de Valencia | Facultad de Informática | NP | 1997 | NP |
| Salamanca | Facultad de Traducción y Documentación | 1987 | 1994 | Grado en Información y Documentación ³¹³ |
| San Pablo - CEU | Facultad de Humanidades | 1994-2003 | NP | NP |
| Valencia (Estudi General) | Facultad de Geografía i Historia | 1996 | NP | Grado en Información y Documentación ³¹⁴ |
| Vic | Fac. de Ciències Humanes, Traducció i Documentació | 1998 | NP | NP |
| Zaragoza | Facultad de Filosofía y Letras | 1989 | NP | Grado de información y Documentación |

Fonte: Adaptada, pelo autor, de Carpallo Bautista (2007). NP – Não Possui.

A proposta da ANECA é de que os cursos de Mestrado em Documentação tenham uma duração entre 60 e 120 créditos dependendo da procedência do aluno, perfazendo um total de 300

³⁰⁴ UB. Disponível em: <<http://www.ub.edu/biblio/futurs/es/>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

³⁰⁵ UC3M. Disponível em: <http://www.uc3m.es/portal/page/portal/titulaciones_grado/info_doc>. Acesso em: 03 nov. 2013.

³⁰⁶ UCM. Disponível em: <<http://documentacion.ucm.es/>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

³⁰⁷ UDC. Disponível em: <<http://www.udc.es/ensino/detalleEstudio/index.html?language=es&codigo=710G02V01>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

³⁰⁸ UNEX. Disponível em: <<http://www.udc.es/ensino/detalleEstudio/index.html?language=es&codigo=710G02V01>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

³⁰⁹ UGR. Disponível em: <<http://grados.ugr.es/documentacion/>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

³¹⁰ UNILEON. Disponível em: <<http://www.unileon.es/estudiantes/estudiantes-grado/oferta-de-estudios/grado-en-informacion-y-documentacion>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

³¹¹ UM. Disponível em: <<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/documentacion>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

³¹² UOC. Disponível em: <<http://estudios.uoc.edu/es/grados-2-ciclo/informacion-documentacion/presentacion>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

³¹³ USAL. Disponível em: <<http://www.usal.es/webusal/node/474>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

³¹⁴ UV. Disponível em: <<http://www.uv.es/uvweb/universidad/es/estudios-grado/grau-1285846094474/Titulacio.html?id=1285847456671>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

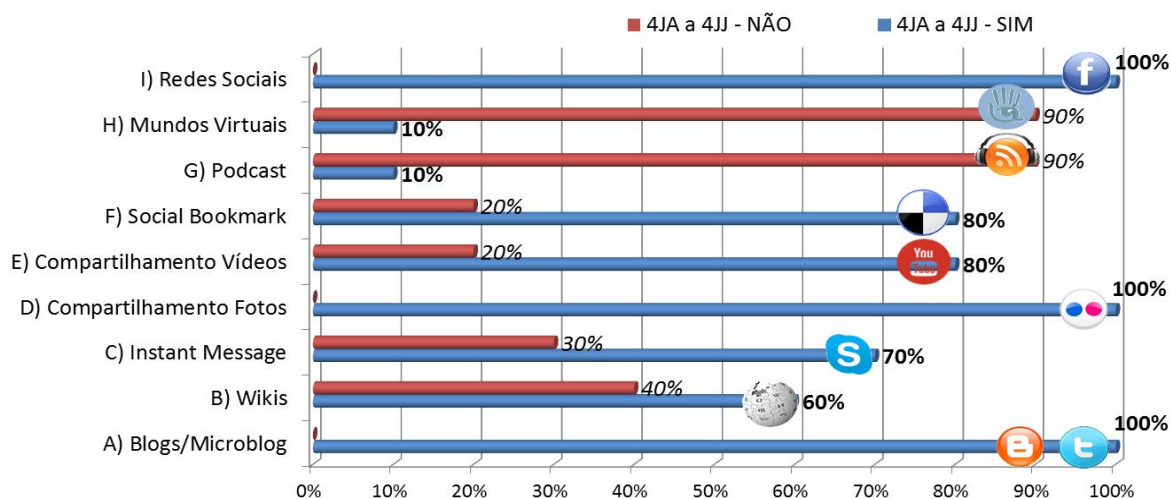
créditos acumulados (240 créditos no *grado* mais 60 no *máster*), mínimo necessário para ascender a um Doutorado em Documentação na Espanha. Além disso, o programa dos cursos de Mestrado em Documentação na Espanha pode ter uma dupla orientação, profissional e investigadora.

O perfil do bibliotecário compreende assim, a formação básica e contínua deste profissional que está também relacionada com a coleta de informações para melhorar o seu conhecimento sobre as ferramentas 2.0. A próxima seção irá apresentar aspectos relativos ao conhecimento adquirido por eles para se implantar as redes sociais nas bibliotecas.

5.5.3 Conhecimento do bibliotecário das ferramentas 2.0

Desta forma, outra questão relacionada com o perfil do bibliotecário que foi considerada no questionário era a de número 4J, que procurava saber sobre o conhecimento que tinha este profissional entrevistado sobre as ferramentas 2.0. Assim, quanto à variável conhecimento que os respondentes possuem sobre aplicativos da Web 2.0 foi destacado que 100% dos respondentes conheciam algo sobre redes sociais como, por exemplo, o Facebook; 90% conheciam mundos virtuais como, por exemplo, o Second Life; 90% conheciam algo sobre *podcasts*, 80% conheciam algum aplicativo de *social bookmark*, 80% conheciam algum aplicativo de compartilhamento de vídeos como, por exemplo, o Youtube; 100% dos respondentes conheciam algo sobre aplicativos de compartilhamento de fotos como, por exemplo, o Flickr; 70% conheciam algo sobre aplicativos de *Instant Message* (em português, mensagem instantânea) como, por exemplo, o Skype; 60% conheciam algo sobre ferramentas *wikis* como, por exemplo, a Wikipédia; e, por último 100% conheciam algo de *blogs e microblogs* como, por exemplo, o Blogger e o Twitter. A figura 68 resume o conhecimento dos respondentes em relação a aplicativos da Web 2.0.

Figura 68 – Conhecimento de ferramentas 2.0 indicado pelos respondentes

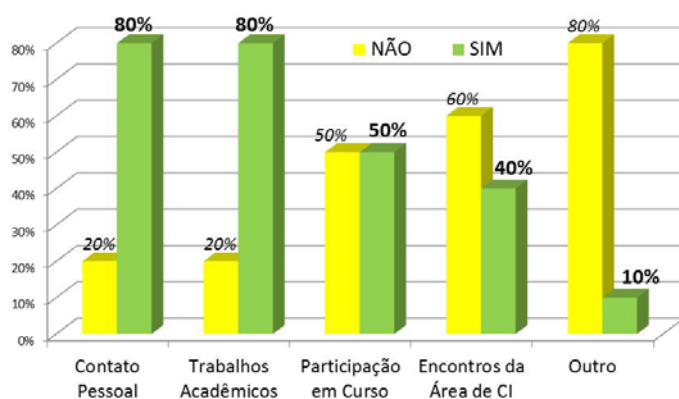


Fonte: Elaborada pelo autor.

No sentido de complementar com informações sobre o conhecimento obtido pelo bibliotecário para trabalhar com as redes sociais elaborou-se a questão 4K no questionário. Segundo os respondentes este conhecimento foi obtido, conforme as respostas que estão no gráfico da figura 69: 40% em eventos da área de Biblioteconomia e Ciência da Informação; 80% por meio de contato pessoal com outras pessoas; 80% por meio de trabalhos acadêmicos que discutem sobre redes sociais em bibliotecas; 50% por meio de participação em cursos voltados para este tema; e apenas 10% recorreram a uma outra fonte de informação ou autoaprendizagem.

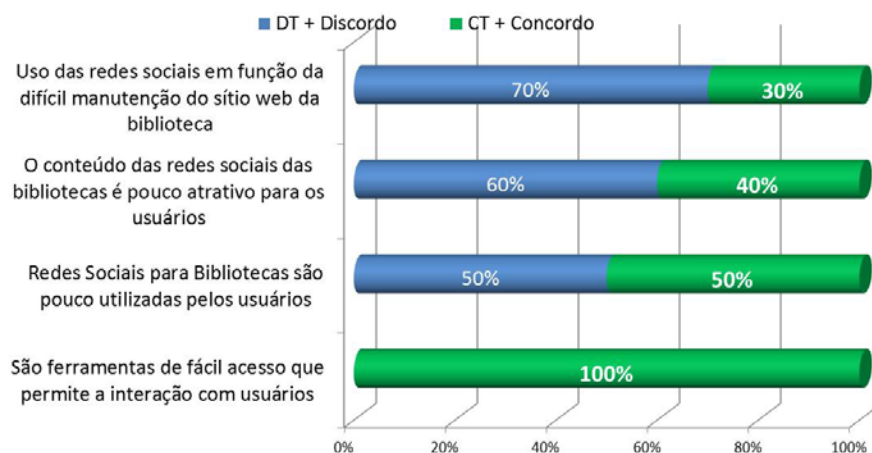
Pode-se com essas respostas entender que os trabalhos acadêmicos e o contato pessoal são as maiores fontes de conhecimento acerca da Web 2.0 que são assimiladas pelos bibliotecários, embora a participação em curso e os encontros da área de Ciência da Informação e Documentação tenham sua importância.

Figura 69 – Onde obteve conhecimento sobre as aplicações da Web 2.0



Fonte: Elaborada pelo autor.

Por último na questão 4L, relacionada com a variável conhecimento do bibliotecário, observou a opinião dos bibliotecários entrevistados sobre o uso de redes sociais em bibliotecas e, assim quatro afirmativas foram elaboradas para se conhecer a percepção deles: “as redes sociais são ferramentas de fácil acesso que permitem a interação com usuários” (60% concordaram totalmente enquanto 40% apenas concordaram com a afirmativa); “o uso das redes sociais ocorre em função da difícil manutenção do sítio web da biblioteca” (apenas 30% concordaram enquanto, 40% discordaram e 30% discordaram totalmente); “redes sociais para bibliotecas são pouco utilizadas pelos usuários” (10% concordaram totalmente, 40% concordaram, 40% discordaram e 10% discordaram totalmente); “o conteúdo das redes sociais é pouco atrativo para os usuários” (10% concordaram totalmente, 30% concordaram, 50% discordaram e 10% discordaram totalmente). No sentido de facilitar a análise qualitativa procurou-se agrupar as respostas pelo nível de discordância (Discordo Totalmente (DT) + Discordo) e pelo de concordância (Concordo + Concordo Totalmente (CT)). A figura 70 representa o gráfico que destaca a opinião dos respondentes sobre o uso das redes sociais em bibliotecas.

Figura 70 – Opinião dos respondentes sobre o uso de redes sociais em bibliotecas

Fonte: Elaborada pelo autor.

É importante ressaltar que com o agrupamento dessas respostas pode-se constatar que alguns bibliotecários ainda consideram positivamente as redes sociais seja por fazer uso delas porque é difícil a manutenção do sítio web da biblioteca (apenas 30% concordaram com essa afirmativa) e porque são ferramentas de fácil acesso por serem gratuitas. Vale ainda destacar que metade dos bibliotecários consideraram que as redes sociais para bibliotecas são pouco utilizadas pelos usuários, isso reforça aquilo que Gerolimos (2011) coloca à respeito da pouca atratividade que essas redes no espaço das BU exercem sobre os jovens estudantes.

Essa baixa interação pode ser explicada pela questão 3C do questionário, que indicava qual a principal dificuldade para implantar as redes sociais na biblioteca estudada. O bibliotecário da UC3M, indicou haver pouca dificuldade para implementá-las caso “ocupe muito tempo para mantê-la atualizada”, “existam muitas redes sociais para se aprender a usar”, haja “o baixo interesse dos usuários da minha biblioteca” e/ou ainda se houver “dificuldade na segurança da informação da biblioteca”.

No sentido de observar esta visão de interação, proporcionada pelas redes sociais com as funcionalidades presentes no Catálogo OPAC; percebe-se que a formação do bibliotecário para interagir com as redes sociais, constitui o primeiro passo a ser dado para implantar nas bibliotecas o Catálogo OPAC que apresente as funcionalidades que estão presentes nas ferramentas da Web 2.0.

Em suma, o perfil do bibliotecário que é responsável pelas redes sociais nas BU entrevistadas era em sua maioria do sexo feminino (n=7), tinham entre 35 e 44 anos, o posto e o setor que ocupava era bem diversificado, possuía algum tipo de formação na área de documentação. Estes profissionais tinham total conhecimento de redes sociais, ferramentas de compartilhamento de fotos, *blogs* e *microblogs* que foram obtidos na sua maioria por meio de contato pessoal ou trabalhos acadêmicos. Além disso, eles consideram que as redes sociais são ferramentas de fácil acesso que permitem a interação com os usuários.

Consequentemente, o objetivo específico de número três foi atingido plenamente com a análise dos resultados obtidos. Acrescente-se a isso, o quadro 34 elaborado nesta tese, em que foi possível estruturar as habilidades e competências do bibliotecário 2.0 baseadas em duas características, como criador de conhecimento e, como facilitador de informação utilizando-se das ferramentas 2.0. Vale ressaltar, que este quadro supracitado pode conceber uma nova investigação para se conhecer o perfil do bibliotecário 2.0 brasileiro.

Desta forma, prossegue-se para expressar os resultados obtidos a partir do modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias desenvolvido nesta tese.

5.6 Modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias espanholas

Nesta seção são analisados os resultados obtidos da análise do modelo de adoção das redes sociais, junto aos bibliotecários que compuseram o estudo de campo. Além disso, fez-se uma pesquisa documental nos sítios web de cada uma das bibliotecas para encontrar indícios que permitissem observar como se deu a adoção dessas plataformas de participação. Assim, com a ajuda do modelo conceitual concebido nesta tese, que foi exibido no capítulo 4, procurou-se com isso discuti-lo, para observar a opinião sobre cada uma das fases que consideravam: a criação de perfil, a publicação de conteúdo, interação com o usuário, criação de conteúdo pelo usuário, estabelecimento de normas de uso e avaliação. Com a orientação do quadro 36, que aqui se encontra nesta tese, é possível examinar os modelos que serviram de suporte para a sua concepção e os aspectos que devem ser verificados para acompanhar os comentários de cada um dos entrevistados.

Alguns dos assuntos abordados, como o OPAC 2.0, a preocupação com os indicadores de avaliação e a baixa participação do usuário, mereceram maior interesse das entrevistas em virtude do seu posicionamento acerca do assunto e, também, da atividade que essas bibliotecárias exercem na biblioteca.

As bibliotecas que compuseram este resultado foram a biblioteca do *Campus* de Colmenarejo da Universidade Carlos III de Madri (UC3M), o CRAI da Universidade de Barcelona, a biblioteca da Universidade de Alicante, a biblioteca multidisciplinar Reina Sófía da Universidad de Valladolid (BUVA), a biblioteca da Universidade de Alcalá de Henares (BUAH), e a biblioteca Central da Universidade Politécnica de Valencia.

Um dos problemas que foram constatados é que algumas bibliotecas visitadas, quando foi apresentado o modelo ainda se encontravam em processo de adoção e, assim, não tinham uma opinião muito clara sobre o assunto. Isso pôde ser ilustrado pela visita feita aos Serviços de Bibliotecas e Documentação da Universitat de Valencia (BUV) que acabou não participando da pesquisa, pois não enviou os instrumentos de coleta de dados respondidos, mesmo assim toda a

entrevista com o grupo de bibliotecárias foi gravada já que se tratava de uma biblioteca que estava iniciando a adoção das plataformas e poderia trazer uma discussão para a tese. Outro problema ocorreu nas visitas às bibliotecas da Universidad de Salamanca (BUSAL) e, na Universidad Politécnica de Madrid (BUPM) que também não enviaram os instrumentos de coleta respondidos. Apesar disso, a discussão do modelo foi também realizada com o responsável pela atualização das redes sociais na BUSAL, o bibliotecário José Antonio Merlo Vega, que foi gravada com base no roteiro de entrevista enviado, além desta visita a USAL também foi gravada a discussão juntamente com as bibliotecárias da Universitat de Valencia.

As seis fases do modelo de adoção aqui ora elaboradas, não são totalmente lineares conforme se pode observar na figura 45, pois em alguns casos, inicia-se o planejamento com a determinação dos indicadores de avaliação e normas de uso antes da criação do perfil propriamente dito conforme foi ressaltado por alguns entrevistados. Há que se considerar a opinião de um dos entrevistados que frisou que havia uma ressalva quanto a passagem da comunicação formal para uma informal existente no modelo. No seguimento destaca-se esta situação.

[...] o conceito de formal e informal está bem utilizado no modelo, porém se pode interpretar mal. Quando se publica o conteúdo, nas redes sociais de uma BU, isto é feito de maneira consciente ou estudada. Assim, o bibliotecário 2.0 que está representando a BU não poderia falar no Facebook ou Twitter da mesma maneira que falaria tomando um café, ou seja, muito impessoal. [...] Desta forma, ele não pode expressar opiniões pessoais sobre determinado fato ocorrido na biblioteca, pois ele está falando em nome da instituição. [...] isso tem sido até agora uma trajetória habitual em termos de presença nas redes sociais de uma biblioteca. [...] A experiência diz que as últimas bibliotecas que criaram os perfis nas redes sociais reconverteram este ciclo e fizeram a comunicação toda ela de maneira formal, mesmo que ainda não tenham elaborado pautas de uso ou ter uma política escrita. BUSAL.

Assim, procurou-se destacar alguns comentários sobre cada uma das fases do modelo que pudessem ilustrar a situação. A fase de número **um**, diz respeito à de “criação do perfil das redes sociais” que pode ser de maneira espontânea ou planejada, como pode ser observado pelas considerações dos entrevistados.

[...] esta fase de criação do perfil é totalmente espontânea. O contexto da biblioteca, pela sua complexidade, influencia nessa decisão pois, depende das possibilidades de qual será a rede social eleita, qual a melhor opção, quais os objetivos da biblioteca. BUAH.

[...] aqui vão sendo criados os perfis na medida em que vai fazendo falta, à princípio não há até o momento, nenhum planejamento específico, assim ou se cria para uma campanha de *marketing* ou porque algum bibliotecário considera que necessita dessa ferramenta ou acha interessante para atender a um propósito. BUPV1. [...] o perfil do Facebook foi criado logo que cheguei aqui, a partir de um plano de melhoria dos serviços estabelecemos que uma boa maneira de incrementar a comunicação com os usuários era participar das redes sociais. Então foram criados os perfis de Valencia, Gandia e Alcoi. BUPV2.

Nós seguimos este modelo de adoção, porém no caso, estamos ainda nas primeiras fases, e estamos agora começando a publicar conteúdo de uma maneira informal, com pouca difusão das contas, ou seja, mais como um teste. Então, eu acrescentaria a fase de publicação de conteúdo, a difusão dos perfis junto aos usuários. BUV1 Assim, iniciamos há quase dois anos publicando conteúdo e, agora nós propomos seguir um passo adiante, para atingir um objetivo concreto que era a difusão dos recursos eletrônicos, desta maneira as redes sociais estão neste momento inclusas no plano de melhoria recursos eletrônicos, procurando avançar com as pautas de uso. BUV2.

Além disso, a criação do perfil obedece a necessidades específicas de bibliotecários que não consideram a página web da biblioteca própria para acrescentar conteúdos específicos de uma biblioteca de centro, como se pode ver pela opinião à seguir.

[...] Aqui nós temos uma biblioteca central e 11 bibliotecas de centros ou faculdades cada uma tem necessidades específicas de cada curso. Assim, consideramos o uso do Netvibes porque o nosso sítio web é muito estático, seguro e mantém uma estrutura igual em termos de página web, porém torna-se insuficiente quando se quer atualizar notícias ou acrescentar vídeos e recursos de aprendizagem [...] BUPV1.

Em suma, a criação do perfil nas BU visitadas era feita para melhorar a comunicação com os usuários, dar suporte na formação dos alunos e docentes e, também promover a imagem dos serviços da BU junto à comunidade universitária. Sua frequência de atualização depende muito da ferramenta que se está adotando cabendo ao bibliotecário estabelecer junto com a direção o tempo para cada uma.

Desta forma, consideraram-se como variáveis para a criação do perfil, o objetivo da criação do perfil, o tipo de implantação sugerida e a frequência de atualização para cada plataforma de mídia social. O quadro 49 exhibe as variáveis relativas esta fase.

Quadro 49 – Variáveis relativas à fase **um**: “criação do perfil”

| Variável | Descrição | Tipos Exemplos |
|-----------------------------------|---|--|
| <i>Objetivo da criação.</i> | Observa qual é o objetivo da criação do perfil a ser adotado pela BU. | - comunicação com os usuários. - formação dos usuários. - promoção da imagem da BU. |
| <i>Tipo de implantação.</i> | Destaca se a mídia social irá atender a uma biblioteca específica ou a todas as bibliotecas ligadas à universidade. | - implantação geral. - implantação por centro ou faculdade. |
| <i>Frequência de atualização.</i> | Considera para cada mídia social um período para atualização. | - diário (<i>microblogs</i> e redes sociais). - semanal (Pinterest). - mensal (Flickr, <i>podcasts</i>). |

Fonte: Elaborado pelo autor.

O objetivo da criação de um perfil pode considerar a simples presença da BU em uma plataforma, contudo o que se percebe das BU visitadas, é que cada uma tem um objetivo específico bem especificado, sua implantação depende da estrutura de pessoal que a biblioteca possui e a frequência de atualização que será demanda para aquela plataforma.

A fase de número dois, diz respeito à “Publicação de conteúdo”, que envolve a figura do bibliotecário 2.0 ou não. O fato é que, na Espanha, se comentava muito sobre a figura do *Community Manager* no espaço da gestão das redes sociais em bibliotecas. No seguimento encontram-se algumas observações da opinião dos entrevistados.

[...] é difícil saber se tem que ter esta figura do *Community Manager* ou não, considero algo diferente, para o meu ponto de vista a figura deste profissional deve ser considerada uma vez que se tenha implantado um plano de *marketing* para a biblioteca, este que deveria ter supostamente em todas as bibliotecas. A partir disso, o planejamento de implantação das ferramentas da Web Social seria instituído. BUAH.

[...] neste caso leva-se em consideração o interesse de um bibliotecário em particular, para ser responsável pelas redes sociais e outra coisa é a política bibliotecária que diz respeito em cada uma das bibliotecas onde cada um tem suas tarefas definidas. BUAH.

[...] é que eu vejo a figura do *Community Manager* em uma fase de evolução acima. Quando a biblioteca já possui as ferramentas da Web Social já implantadas, perfeitamente organizadas e avaliadas. BUAH.

A publicação de conteúdo requer que sejam observados os assuntos que estão em pauta no dia para o bibliotecário poder selecionar recursos que se encontram no seu acervo que possa difundir com os usuários. Neste sentido, a biblioteca passa a elaborar conteúdo que motive o usuário a interagir, comentar e participar chegando ao ponto de facilitar a vida do usuário criando um *blog* para discutir sobre temas que são pertinentes às necessidades ou dúvidas que, porventura, o usuário da BU possui. Ao final, a BU pode inovar inclusive desenvolvendo um sítio web ou um novo tipo de acesso a um recurso de informação que permita ao usuário compartilhá-lo com os amigos que fazem parte da sua lista de seguidores.

Assim, as variáveis relativas à publicação de conteúdo envolveram o tipo de profissional responsável, o setor responsável pela publicação e o tipo de conteúdo a ser publicado. O quadro 50 representa as variáveis, sua descrição e os tipos considerados por ela.

Quadro 50 – Variáveis relativas à fase dois: “publicação de conteúdo”

| Variável | Descrição | Tipos Exemplos |
|---|---|---|
| <i>Tipo de profissional.</i> | Distingue qual é o perfil do profissional responsável pela atualização das mídias adotadas pela BU. | - Bibliotecário 2.0. - <i>Community Manager</i> . - Jornalista. |
| <i>Setor responsável pela publicação.</i> | Discrimina qual o setor responsável pela atualização das redes sociais da BU. | - Setor de <i>Marketing</i> da BU. - Setor de Tecnologia da BU. |
| <i>Tipo de conteúdo.</i> | Define o tipo de conteúdo que será publicado. | - Notícias, Eventos, Concursos, Enquetes. |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Como já foi dito antes, apesar da biblioteca da Universidad de Salamanca (BUSAL) não ter participado da amostra desta pesquisa, foi possível entrevistar o bibliotecário responsável pelos Serviços de Bibliotecas da USAL e, também responsável pelas redes sociais desta biblioteca. A

entrevista possibilitou fazer uma comparação entre o bibliotecário 2.0 e o *Community Manager*, conforme pode-se destacar a seguir.

Um bibliotecário 2.0 dentro desse modelo de adoção aqui desenvolvido é um *Community Manager*. [...] para ser mais claro, todo *Community Manager* é um bibliotecário 2.0, porém todo bibliotecário 2.0 não é *Community Manager*. [...] o bibliotecário 2.0 é o que sabe trabalhar com redes, com recursos participativos, ele que gera conteúdos para colocar nas plataformas, para compartilhá-los, ou seja, é aquele que trabalha com tecnologias participativas. [...] Falo muito de tecnologias de participação e, menos de tecnologias 2.0, porque o termo “2.0” foi uma etiqueta criada com uma simbologia publicitária que agora se utiliza em qualquer coisa para se trabalhar em rede. [...] Para mim 2.0 é participar e, em espanhol participar significa compartilhar. [...] Então, aqui o bibliotecário 2.0 simplesmente pode ser neste trabalho aquele que, por exemplo, utiliza a tecnologia RSS, que em suma ajuda a alimentar e redistribuir a informação, ou seja, fazer a difusão da informação. BUSAL.

Essa discussão aqui expressa vai de acordo com as funções do bibliotecário encarregado da Web Social que se encontram no quadro 32. Embora neste quadro, ele vá um pouco além, já que estende suas funções a fim de conhecer instrumentos que possibilitem adaptar conteúdos para a web móvel e participar no processo de definição do planejamento estratégico do centro de informação, o que lhe dá um perfil também gerencial.

Embora nesta tese consideramos na fase **dois** de “publicação de conteúdo” como variável outros tipos de profissionais, é importante que o bibliotecário lidere este processo de publicação de conteúdo por ser um profissional habilitado para realizar o levantamento das necessidades informacionais dos usuários da biblioteca, e em seguida fazer a difusão das informações seja em qual plataforma ou meio for escolhido. Cabendo ao bibliotecário desenvolver suas competências informáticas para utilizar as redes sociais e desta forma melhor interagir com os usuários.

A fase de número **três** do modelo proposto considera a “interação com o usuário”, em que é possível observar a participação do usuário pontuando, comentando notícias ou registros bibliográficos publicados pelo bibliotecário responsável pelas redes sociais. As opiniões a seguir, exprimem a fala dos entrevistados.

[...] no *campus* de Gandia nós tínhamos um perfil na rede social Tuenti, porém os bibliotecários abandonaram porque não havia muitas pessoas que participavam. Então agora estamos no Facebook e Twitter porque são os perfis que os usuários mais participam. BUPV2.

[...] em termos de inovação o catálogo OPAC segue sendo o intermediário entre a coleção e o usuário. [...] no momento em que tu disponibiliza opções que possibilitem que o usuário opine, pontue e algo mais, pois está convertendo ele em um catálogo participativo, portanto um catálogo OPAC 2.0. [...] Entretanto, a experiência diz que o usuário prescinde dessa participação, ou seja, o usuário não utiliza o catálogo para recomendar algo, ele utiliza o catálogo para exportar referências, porém existem outras ferramentas melhores para fazer esse tipo de serviço. BUSAL.

[...] aqui todavia isso nos custa alcançar, porque precisamente o nosso catálogo OPAC tem poucas ferramentas participativas, onde o usuário poderia interagir mais, a rede Facebook e o *microblog* Twitter e os *blogs* dos CRAI tem respostas dos usuários, porém não tantas quanto nós gostaríamos. Assim, nós avaliamos que essas ferramentas continuam sendo indispensáveis para nossas atividades, mesmo que o nosso usuário não seja tão ativo, porque neste momento ele pode não responder, mas ele pode absorver a informação entregue por nós. BUB.

O que acontece é que saltamos um pouco essa fase de interação com o usuário porque não fizemos o trabalho de difusão dos perfis. Então, primeiro trabalhamos mais com que áreas internas da biblioteca que iremos usar e, quais seriam as pautas básicas; aí vamos trabalhar mais para difundí-los e, assim, teremos mais interação com o usuário que até agora tem sido muito pouca. BUV1

Neste sentido, podem-se destacar vários tipos de usuários que podem interagir com as ferramentas 2.0 e, também com o catálogo OPAC 2.0, porém cada usuário terá um nível de engajamento correspondente. A biblioteca pode então observar estes dois elementos para saber como está interagindo com os usuários para isso ela deverá estabelecer indicadores que permitam avaliar esta interação de acordo com o nível de engajamento.

Desta maneira, as variáveis relativas à interação com o usuário compreenderam o tipo de usuário com quem ele irá interagir e o nível de engajamento. O quadro 51 expressa as variáveis, sua descrição e os tipos considerados por ela.

Quadro 51 – Variáveis relativas à fase **três**: “interação com o usuário”

| Variável | Descrição | Tipos Exemplos |
|------------------------------|--|---|
| <i>Tipo de usuário.</i> | Identifica qual é tipo de usuário que interage com as mídias adotadas pela BU. | Usuário - Criador, Crítico, Colecionador, Participante, Expectador, Inativo. |
| <i>Nível de engajamento.</i> | Estabelece o nível de engajamento esperado para cada usuário. | Engajamento - Observação, Compartilhamento, Comentando, Produzindo e Conservando. |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Vale ressaltar que, o tipo de usuário pode também ser classificado, conforme a proximidade dele com a biblioteca e, assim poderia ser utilizado a tipologia proposta no modelo do funil do engajamento por meio das redes sociais, proposto por Smicklas (2010). Com algumas adaptações pode-se considerar, por exemplo, o usuário que é: aluno, docente, bibliotecário da instituição, bibliotecário externo, entidade ligada à Biblioteconomia ou um mais genérico que fosse amigo da biblioteca para ter uma realidade específica do contexto das bibliotecas. Este modelo pode complementar ainda a fase de interação com o usuário que consta no quadro 36 incluído nesta tese.

A fase de número **quatro**, diz respeito à “criação de conteúdo pelo usuário”, nela a biblioteca disponibiliza o seu espaço virtual, seja ele *blogs*, redes sociais, ou OPAC 2.0, de funcionalidades que permitam ao usuário, avaliar ou recomendar algo que o inspire na possibilidade

de criar algum tipo de conteúdo que pode ser visualizado por meio de texto, vídeos, fotos etc. A seguir, são expressas algumas opiniões sobre aquilo que disseram os entrevistados.

Nós percebemos no Facebook que aquelas notícias que possuem muitas interações do tipo “curtir” são aquelas que tem fotos. Um exemplo disso é a campanha de qualidade para fazer bom uso da biblioteca “SomTots”³¹⁵. Nesta campanha são empregadas fotos para descrever o uso da biblioteca pelos usuários, seja pedindo um ambiente silencioso ou, não permitindo a entrada com comida ou bebida etc. Assim, temos notado que o uso de fotos tem despertado a participação dos nossos usuários com comentários e ações de interação em relação a outras notícias publicadas nas redes sociais ou *blogs*. [...] Vale ressaltar que, essas ferramentas foram criadas por nós para nos comunicarmos com os alunos e docentes e, não com os bibliotecários. Se quiser pode criar um perfil específico para a comunidade de bibliotecários com notícias de literatura, mas, isso me parece ser algo pouco objetivo. BUPV2.

[...] nosso catálogo OPAC possui algumas funcionalidades para possibilitar a criação de conteúdo pelo usuário, mas elas não estão implantadas. BUPV3.

Os comentários acima podem demonstrar que a tarefa de estimular a criação de conteúdo pelos usuários das BU por meio das redes sociais ou do catálogo OPAC 2.0, ainda é um desafio que passa pela discussão da implantação de funcionalidades que possam gerar mais tarefas para os bibliotecários. Outro fato a ser destacado com esses comentários é que, as BU devem ter em mente que as ferramentas 2.0 foram criadas para se comunicar com os usuários docentes e discentes ligados a elas e tornar a produção científica daquela universidade mais conhecida, logo a imagem da BU pode usufruir desta melhoria de *status*.

Assim, as variáveis relativas à criação de conteúdo pelo usuário envolvem o tipo de iniciativas que promovem a interação e o foco na área de atuação das redes sociais conforme o modelo da pirâmide das redes sociais proposto por Van der Kooi (2010). O quadro 52 representa as variáveis, sua descrição e os tipos examinados por ela.

Quadro 52 – Variáveis relativas à fase **quatro**: “criação de conteúdo pelo usuário”

| Variável | Descrição | Tipos Exemplos |
|---|---|--|
| <i>Tipo de iniciativas de interação.</i> | Identifica as iniciativas que promovem a interação e define a atuação das redes sociais nas BU. | Iniciativas – clube de leitura, enquetes, concursos, fóruns etc. |
| <i>Foco de atuação nas redes sociais.</i> | Estabelece o foco de atuação para as redes sociais da BU. | Foco - Monitorar, Escutar, Reagir, Criar. |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Destarte, a BU pode identificar iniciativas que promovam a interação por meio de clubes de leitura, enquetes, concursos, fóruns etc.; que ajude a divulgar o conteúdo presente no seu acervo procurando saber de que forma os usuários se utilizam dela. Assim, de maneira transparente, a BU

³¹⁵ Blog da Campanha SomTots. Disponível em: <<http://somtots.blogs.upv.es/>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

irá monitorar, escutar, reagir e criar algum produto ou serviço em concordância com o que indica Van der Kooi (2010).

A fase de número **cinco**, pondera sobre o “estabelecimento de normas de uso”, sabe-se pela revisão de literatura, que esta é geralmente observada no planejamento para adoção das redes sociais por meio de políticas de uso, ou o estabelecimento de um livro branco das redes sociais, conforme foi considerado pela Universitat de Barcelona. No seguimento algumas opiniões são exibidas acerca deste assunto.

[...] o que temos de interessante nesta fase de estabelecimento de normas de uso, é que temos muito boa relação com outros departamentos da UB e, recentemente a universidade introduziu plataformas Web 2.0, então com a ajuda de uma empresa elaborou-se um livro branco das redes sociais. Com isso, devido ao nosso pioneirismo, temos participado das reuniões para criar este livro em que o grupo pôde aprender bastante conosco. [...] De momento o Facebook está bastante estruturado com as imagens, logotipos tudo bem definido por meio de pautas. [...] contudo, com a mudança de nomenclatura tivemos problemas em alterar os nomes das páginas no Facebook. O que antes era, por exemplo, Biblioteca de Direito agora será chamado CRAI de Direito, mas para alterar temos dificuldade porque temos muitos fãs na página antiga e, assim, com a mudança teríamos que cancelar o perfil e criar um novo. BUB.

O estabelecimento de normas de uso requer experiência e motivação do bibliotecário responsável pelas redes sociais para selecionar, manter, avaliar e utilizar cada plataforma que será adotada pelas demais bibliotecas, que fazem parte da rede de bibliotecas da universidade. Além disso, essas normas ajudarão na comunicação institucional padronizando as plataformas de acordo com os logotipos utilizados pela instituição, como se dará a moderação das interações, quais responsabilidades envolvidas em cada plataforma, qual será a frequência a ser seguida e que indicadores serão utilizados.

Desta forma, julgou-se como variáveis para o “estabelecimento de normas de uso” a “estratégia de ação” e o “tipo de plataforma” sugerida para a mídia social. O quadro **53** distingue as variáveis relativas esta fase.

Quadro 53 – Variáveis relativas à fase **cinco**: “estabelecimento de normas de uso”

| Variável | Descrição | Tipos Exemplos |
|----------------------------|--|--|
| <i>Estratégia de ação.</i> | Define a linha de ação a ser seguida pelas atividades da BU que vão se utilizar das redes sociais. | - Diferenciar plataformas por necessidade. - Moderar a interação com usuários das plataformas. - Personalizar a frequência de atualização. - Estabelecer as responsabilidades para cada plataforma. - Estabelecer indicadores. |
| <i>Tipo de plataforma.</i> | Destacam-se quais as plataformas serão adotadas para determinada ação. | - redes sociais, <i>blogs</i> , <i>microblogs</i> , agregador de conteúdo, ferramentas de compartilhamento de vídeo, som ou imagens etc. |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Vale ressaltar, que o método POST pode ajudar no estabelecimento das normas de uso das redes sociais pela BU, avaliando as atividades sociais dos usuários (Pessoas), decidindo o que a BU deseja alcançar (Objetivos), procurando planejar como será o relacionamento com o usuário e, assim, definindo que ferramenta 2.0 a BU irá utilizar para isso.

A fase de número seis, considera a “avaliação de métricas de uso” das redes sociais adotadas pela BU. Por meio de indicadores procura-se observar o resultado das ações desenvolvidas com as redes sociais.

Deste modo, as variáveis relativas à “avaliação de métricas de uso” envolveram as “categorias de métricas” e os “tipos de dados para engajamento”. O quadro 54 representa as variáveis, sua descrição e os tipos considerados por ela.

Quadro 54 – Variáveis relativas à fase seis: “avaliação de métricas de uso”

| Variável | Descrição | Tipos Exemplos |
|---------------------------------------|---|---|
| <i>Categorias de métricas.</i> | Estabelece categorias de métricas a serem monitoradas pela BU. | Categoria - alcance; frequência; tráfego; influência; conversações; sustentabilidade. |
| <i>Tipo de dado para engajamento.</i> | Distingue qual o tipo de dado a ser utilizado pela BU para fazer o engajamento. | Dado Engajamento Qtd - cliques; fãs; seguidores; <i>retweets</i> ; <i>checkins</i> etc. |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Para sintetizar aquilo que foi observado na investigação foram concebidas variáveis dispostas no quadro 55 que expressam as necessidades de interação de cada uma das fases de adoção do modelo e a situação expressa para desencadear ações neste âmbito. No prosseguimento destacam-se as opiniões obtidas dos entrevistados sobre essa fase avaliação das métricas.

Para nós a fase de avaliação é a mais difícil, nós temos várias estatísticas sobre os perfis das redes sociais, existe um chefe de biblioteca que se dedica muito a essa questão, que fez alguns modelos estatísticos para *blogs*, Facebook e Twitter onde detecta visitas nos *blogs*, quantidade de “curtir” no Facebook que são fenomenais porém, ela não chega a ser completa. Então para nós podermos justificar esse projeto das redes sociais ou para criar perfis em novas plataformas é difícil colocar em um documento e entregar aos superiores da universidade. BUB.

Por exemplo, uma pessoa nos diz que foi publicado um artigo que indica que as redes sociais não incidem no uso das bases de dados. Hum! É possível, entretanto as redes sociais incidem na imagem da biblioteca, que fica mais conhecida pelos usuários e, em algum momento o usuário poderá por meio dessas tomar conhecimento das bases de dados. Contudo, demonstrar o valor disso é muito complicado. [...] os indicadores estão sendo coletados a mais de um ano e estão em permanente revisão, porém requerem uma maior profundidade de análise. BUB.

Os comentários acima mostram que a tarefa de avaliar os projetos de redes sociais é difícil e, exige uma profundidade de análise que permita justificar este tipo de projeto. Embora exista esse obstáculo a ser enfrentado pelas bibliotecas, percebe-se que o produto final da análise passa por ter como resultado melhorar a imagem da biblioteca e, assim possibilitar que a universidade continue

trazendo investimentos para compra de bases de dados, e, outros tipos de benefícios que permitam fazer com que a biblioteca ofereça subsídios aos docentes e discentes que ajudem a melhorar a produção científica da universidade. A seguir para resumir o modelo de adoção proposto o quadro 55 destaca as necessidades de interação e a situação expressa para cada uma das fases observadas anteriormente.

Quadro 55 – Modelo proposto resumido pelas necessidades de interação e a situação expressa

| Modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias | | |
|---|--|---|
| Fase da Adoção | Necessidade de Interação | Situação Expressa (Continua) |
| 1 <i>Criação do Perfil.</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Observar a qual público irá se dirigir a mídia social; - Analisar qual(is) é (são) o(s) potencial(is) de interação da mídia social escolhida. - Definir aspectos relacionados ao serviço da biblioteca que a plataforma de mídia social irá atender. | <ul style="list-style-type: none"> - A rede social Tuenti possui um público diferente da rede social Facebook. - A rede social Facebook permite “Curtir” uma notícia, comentar e compartilhar. - O <i>microblog</i> Twitter ficará responsável por direcionar o resumo das notícias que terão o conteúdo publicado nos <i>blogs</i> e redes sociais pertencentes à biblioteca. - A rede Pinterest ficará responsável pela dinamização cultural do acervo de filmes e fotos. |
| 2 <i>Publicação de Conteúdo.</i> | <ul style="list-style-type: none"> - O conteúdo deve ser publicado de forma diária para manter os usuários mais próximos, definindo a frequência para as plataformas de redes sociais não prioritárias. - O conteúdo deve ser de acordo com o assunto abordado pelos cursos vinculados àquela Biblioteca ou atender a toda a comunidade universitária. | <ul style="list-style-type: none"> - De acordo com a disponibilidade de profissionais em cada <i>Campus</i>, ao menos um bibliotecário 2.0 ficará responsável pela publicação de conteúdo. |
| 3 <i>Interação com o Usuário.</i> | <ul style="list-style-type: none"> - O acompanhamento da interação deve ser contínuo, ensejando novas experiências e induzir o usuário a interagir baseado nas necessidades de informação por ele pretendida. | <ul style="list-style-type: none"> - A necessidade de um estudo de um usuário faz com que o assunto abordado provoque uma resposta do usuário ao assunto publicado. - Reuniões para promover os serviços da biblioteca junto aos representantes devem tratar das necessidades. |

Fonte: Elaborado pelo autor. (continua)

| | Fase da Adoção | Necessidade de Interação | Situação Expressa (Conclui) |
|---|--|---|--|
| 4 | <i>Criação de Conteúdo pelo Usuário.</i> | <ul style="list-style-type: none"> - O catálogo OPAC pesquisado não traz funcionalidades presentes no Catálogo Social OPAC. É preciso fazer a mudança para esta nova versão para obter maior interação. - Iniciativas de interação devem ser disponibilizadas para provocar a criação de conteúdo pelo usuário. | <p>A) Iniciativas de Interação em blogs: 1) clube da leitura; e 2) sugestões de livros, CDs, DVDs existentes no acervo que se refiram a um tema ou dia comemorativo; e 3) enquetes/concursos em forma de perguntas para o usuário responder.</p> <p>B) Iniciativas de interação nas redes sociais: 1) enquetes para saber necessidades dos usuários; 2) grupos de discussão de assuntos sobre a biblioteca; 3) temas mais relevantes; 4) assuntos mais lidos e mais comentados; 5) concursos literários de microconto; e 7) concursos de fotografia sobre o acervo ou assuntos relativos à própria biblioteca promoverão o espaço junto aos usuários.</p> |
| 5 | <i>Estabelecimento de normas de uso.</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Documento que indica de que forma as redes sociais serão utilizadas ajuda no acompanhamento. - Documento para gerenciar as redes sociais adotadas estabelece indicadores. | <ul style="list-style-type: none"> - Documento de Pautas de Uso - Documento de Marco de Gestão com indicadores. - Documento de políticas de atualização das redes sociais. - Livro branco das redes sociais organizado pela universidade. |
| 6 | <i>Avaliação das redes sociais.</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Baseado em indicadores estabelecidos na fase anterior a Direção da Biblioteca Universitária organiza as iniciativas e define diretrizes. | <ul style="list-style-type: none"> - Selecionar <i>softwares/</i> aplicativos via <i>web</i> para acompanhar os indicadores. - Acompanhar e apresentar os indicadores para o relatório anual. |

Fonte: Elaborado pelo autor. (conclui)

Destarte, a concepção do modelo de adoção das redes sociais obtido da análise dos modelos oriundos do referencial teórico-metodológico desta tese, nos permite avaliar por inteiro este processo, o que faz com que ele sirva de sustentação teórica para procurar diferenciar realidades presentes neste contexto. Esta novidade permite-nos dizer que o objetivo foi elaborado e analisado perante as condições das BU visitadas, assim o objetivo específico de número quatro foi plenamente atingido.

6. CONCLUSÕES

A investigação realizada com os bibliotecários responsáveis pela atualização das redes sociais nas BU espanholas possibilitou ampliar a visão de como essas bibliotecas estão laborando com o processo de inovação tecnológica e comunicacional para melhorar a imagem da sua biblioteca junto aos alunos e docentes das universidades visitadas. O estudo possibilitou ainda colher dados que constituíram relevância para a pesquisa clarificando conceitos, aplicabilidades e atributos concernentes à adoção das redes sociais, bem como esclarecendo o processo de planejamento e avaliação dessas no espaço das BU e, o perfil do bibliotecário 2.0.

A apreciação dos dados de cunho qualitativo, apesar da amostra ser pequena, possibilitou a investigação do processo de adoção das redes sociais em BU espanholas. Contribuiu ainda, para a constituição dos resultados que, numa primeira instância, foram amparados pela revisão de literatura. Essa revisão fundamentou a investigação proposta e, foi determinante como instrumento de clarificação do problema, do mesmo modo que ajudou na estratégia de obtenção dos dados, observando continuamente o cenário da adoção das redes sociais e o perfil do bibliotecário que é responsável pela atualização dessas ferramentas.

A complexidade do fenômeno das redes sociais é ampla o suficiente para observarmos a sua adoção, seu desenvolvimento e, porque não, o seu abandono. Embora isso ainda não seja visto com clareza, já existem indícios de que pela amplitude de aplicações existentes e pelos usuários poderem procurar maior privacidade, esse fenômeno mostra que algumas redes já estão sendo abandonadas ou esquecidas pelos jovens.

Segundo Benavente (2013), as justificativas para esse abandono ou esquecimento podem ser de várias ordens: a) uma configuração de privacidade que é complicada ou reduzida, como a que tem o Facebook; b) a possibilidade de usar dois ou mais aplicativos específicos de fotos como o Instagram, mensagens via *smartphone*, como o WhatsApp, e o *microblog* Twitter, em modo privativo para substituir o Facebook; c) a própria fadiga social que há por trás da obrigação de estar e participar do Facebook e, também das inúmeras mensagens geradas por essa e por outras redes sociais (BBC, 2011); e d) a preocupação corrente destas ferramentas em dar lucro e, assim, oferecer uma carga publicitária cada vez maior aos seus usuários. Assim, pôde-se perceber que algumas bibliotecas visitadas estavam abandonando os perfis criados na rede social Tuenti pela falta de participação dos usuários, pode-se citar os perfis das bibliotecas da UC3M e, também, da UPV *campus* Alcoi. A razão disso, segundo algumas bibliotecárias entrevistadas, era que os estudantes adolescentes que utilizavam a rede Tuenti estavam migrando para a rede Facebook, já que esta tinha uma maior participação de todos os membros da Faculdade ao qual pertenciam.

O fato é que as redes sociais não irão se acabar, talvez o número de perfis de usuários possa diminuir, mas, o seu uso pelas instituições sem fins lucrativos, como é o caso das bibliotecas, continuará tendo importância em tempos dourados e, principalmente, em tempos de crise onde a justificativa pelo retorno do investimento nos serviços ofertados será onipresente. Isso pode ser notado pela presença de perfis de quase todas as universidades e respectivas bibliotecas espanholas nas principais redes sociais como o Facebook, ver Tabela 11, originária do estudo de Martínez Gallardo (2013), e o Anexo B desta tese. Vale ressaltar que, apesar da pouca interação notada no espaço das bibliotecas, as redes sociais ainda continuam sendo poderosas ferramentas de comunicação.

No final das contas, as BU que quiserem continuar estabelecendo um canal de comunicação e de formação dos usuários poderão acompanhar um percentual de usuários que ainda irão desejar estarem presentes nas redes sociais, mesmo que seja para manter contato com os seus familiares e amigos. Cabe então, a essas BU continuarem inovando e criando serviços que tragam um impacto significativo na imagem da biblioteca, em termos de difusão de conteúdo, para prender a atenção dos usuários e estender um vínculo social com elas.

A questão da privacidade também irá fazer com que as bibliotecas continuem mantendo aqueles serviços face a face, em que os usuários mais reservados queiram tirar dúvidas sem serem notados e, onde as BU podem estabelecer um contato mais profícuo. Vale então destacar, a importância da manutenção dos serviços de atendimento por telefone tradicional ou por *via* IP, mensagens instantâneas, *newsletter* e *email* que procuram tirar dúvidas daqueles usuários mais necessitados.

Assim, no presente objeto de estudo, procurou-se conhecer a opinião dos bibliotecários que atualizam as redes sociais das BU visitadas, por meio de instrumentos de coleta de dados como questionários, roteiro de entrevistas, e observação, a fim de compreender a atividade de interação com os usuários e as iniciativas que promovem a imagem daquelas bibliotecas. A observação, por seu lado, trouxe a possibilidade de ver *in loco* como estavam sendo utilizadas as ferramentas da biblioteca 2.0, os aspectos físicos das instalações e uma avaliação sobre os produtos e serviços providos pelas BU visitadas.

Desta forma, os questionários possibilitaram medir dados e opiniões sobre o uso, planejamento, interação e avaliação das redes sociais, bem como saber qual era o perfil das BU em termos de automação dos serviços, funcionalidades presentes no catálogo OPAC e, também, o perfil do bibliotecário. Já, o roteiro de entrevistas propiciou coletar informações que foram analisadas de maneira qualitativa, estruturada, com perguntas observando uma ordem pré-estabelecida. A análise documental ajudou no aprofundamento da forma como se deu o planejamento estratégico nas bibliotecas e, também que estratégias levaram-nas a criar os perfis nas redes sociais.

Neste sentido, o objetivo geral desta pesquisa foi *analisar o processo de adoção das redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas, procurando avaliar que ferramentas 2.0 que a biblioteca universitária deve ter para usufruir de uma interação entre bibliotecários e usuários*. O desenvolvimento de um modelo de adoção das redes sociais em BU procurou atender às questões relacionadas com a comunicação e difusão da informação, algo que é inerente à Ciência da Informação e, também, ao aspecto da aplicação da tecnologia da informação em ambientes informacionais. O fenômeno das redes sociais tem exercido um papel de destaque na Sociedade da Informação, onde o volume exagerado de informação faz com que os usuários procurem por ferramentas que possam filtrar e divulgar conteúdos e, permita fazer os usuários participar na sua criação. Isso pode, também, trazer reflexos na comunicação da produção científica concebida pelas universidades por meio das notícias atualizadas pelas BU. Este objetivo geral foi plenamente atingido conforme se pode ver no capítulo de análise dos dados.

Em termos conceituais pode-se concluir que a tarefa de estabelecer a criação de conteúdo pelos usuários de bibliotecas que utilizam as redes sociais é árdua, porém não deixa de ser inovadora. Conforme indicaram Marty e Kazmer (2011) os profissionais da informação têm reagido a isso, procurando desenvolver ou aplicar ferramentas que coordenem estas atividades e possibilitem pesquisar as melhores formas de envolver os usuários na cocriação do conhecimento digital. As escolas de biblioteconomia e documentação podem elaborar conteúdos que promovam o uso das tecnologias participativas e, assim, possibilitar a oferta aos futuros bibliotecários de conhecimentos e desenvolvimento de habilidades para interagir com as funcionalidades presentes nas plataformas mais utilizadas.

Assim, no que tange ao objetivo específico número um “*identificar os critérios de adoção das redes sociais pelos bibliotecários das bibliotecas universitárias espanholas, a fim de evidenciar seus conceitos, aplicabilidades e atributos*” conclui-se que as BU espanholas pesquisadas possuíam domínio dos conceitos para poderem aplicar as redes sociais tanto no processo de comunicação com o usuário e entre bibliotecários, quanto no processo de formação do usuário. Portanto, este objetivo específico foi plenamente atingido.

Embora em termos de aplicabilidade, a maior motivação dessas BU estava no ambiente aos quais os estudantes e docentes faziam-se presentes, observou-se que essas ferramentas, também, podem ser empregadas internamente na comunicação com os demais bibliotecários. Além disso, percebeu-se, no início, a ausência de um estudo focado para provocar o engajamento dos usuários, seja pela participação por meio de comentários ou outras ações de interação (pontuações, *retweets*, “curtir”, “*repin*” etc.), ou seja, algo que pudesse propiciar a criação de conteúdo pelo usuário. No aspecto da formação dos usuários inclusive já havia grupos específicos de bibliotecários nas BU para utilizarem as redes sociais no desenvolvimento das competências informáticas e

informativos. Algumas oficinas ou cursos oferecidos pelas BU visitadas tinham, incluso no seu programa, os aspectos relacionados ao uso de *blogs*, redes sociais, RSS, Netvibes e *wikis* como ferramentas de busca na área a qual pertencia determinado curso para apoiar as atividades de ensino e pesquisa, podem-se citar, como exemplos, os cursos da biblioteca de Ciências Económicas y Empresariales da UCM³¹⁶ e, os da biblioteca da UPV³¹⁷.

Em termos de atributos necessários para estabelecer uma plena adoção, as BU espanholas pesquisadas demonstraram que o processo de adoção muitas vezes se deu pela criação espontânea de perfis na plataforma escolhida para se comunicar o que já pode ser considerado um aspecto inovador no espaço dos serviços oferecidos pelas BU. Neste caso, a atualização da rede seguia uma frequência que era indicada de acordo com a plataforma escolhida e o público ao qual estava destinado.

As iniciativas de interação desenvolvidas nas BU foram várias: criação de *blogs* para atualizar informações voltadas para clubes que promoviam a leitura dos usuários das BU; *blogs* com a temática ligada ao cinema e música que incentivavam o uso do acervo bibliográfico relacionados aos temas encontrados nas BU; concursos de fotografia para motivar os usuários a tirarem fotos nas BU e publicarem em plataformas de compartilhamento de imagens como o Flickr; enquetes publicadas em *blogs* ou redes sociais que eram voltadas para usuários de BU especializadas cujo objetivo era, promover por meio perguntas, a procura por informações contidas no acervo dessas BU; e concursos de microcontos utilizando o *microblog* Twitter. Essas iniciativas demonstram o potencial participativo existente nas redes sociais que pode ser desenvolvido pelas BU para estabelecer um canal de comunicação entre os bibliotecários e, com os estudantes e docentes da universidade.

Quando se observou o objetivo específico número dois “*identificar como são realizados o planejamento e a avaliação dos indicadores da interação feitos pelos bibliotecários para a adoção dessas redes sociais nessas bibliotecas universitárias espanholas*”, concluiu-se que este processo está vinculado ao planejamento estratégico ou ao plano de melhoria contínua já realizada pelas BU. A preocupação naquele momento estava relacionada com o estabelecimento de indicadores para a efetiva avaliação do uso das redes sociais nas BU espanholas pesquisadas e, assim, demonstrar o retorno do investimento neste tipo de projeto em momentos de recessão econômica vivenciada pelas instituições educacionais daquele país.

Vale ressaltar que, algumas BU espanholas já definiram ou, estão procurando definir pautas e políticas de uso das redes sociais para determinar questões de atualização, privacidade e regras de

³¹⁶ Cursos de formação – Biblioteca Ciências Económicas y Empresariales UCM. Disponível em: <<https://biblioteca.ucm.es/cee/formacion-1>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

³¹⁷ Cursos de formação de usuarios – Biblioteca Universitat Politècnica de Valencia. Disponível em: <>. Acesso em: <<http://www.upv.es/entidades/ABDC/infoweb/bg/info/712331normalc.html>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

netiqueta com os bibliotecários que irão participar deste processo de adoção e manutenção dos serviços que fazem parte da rede de bibliotecas daquela instituição. Desta maneira, será possível acompanhar o andamento da comunicação e avaliar questões específicas que possam vir a ocorrer em determinada interação. Isso demonstra que já existia uma consolidação das atividades que envolviam o uso das redes sociais nas BU espanholas, embora fosse possível notar que cada política atende ao contexto organizacional do qual aquela biblioteca fazia parte para marcar a sua presença neste espaço virtual.

Quando se observou o objetivo específico número três “*identificar o perfil do bibliotecário responsável pela interação e atualização das redes sociais nas bibliotecas universitárias espanholas*”, concluiu-se que os profissionais da informação possuem uma formação acadêmica e tecnológica de elevado padrão conceitual e prático, que resulta em projetos de adoção com visão de gestão diferenciada que amplifica as possibilidades de iniciativas que envolvam as ferramentas 2.0. Este objetivo foi integralmente atingido.

Apesar de possuir muitos conhecimentos sobre essas ferramentas, ainda se faz necessário uma discussão na área acadêmica e profissional de Informação e Documentação daquele país para saber aproveitar o potencial interativo, a famosa “Atitude 2.0” destacada por Lozano (2008). Não obstante, pode-se observar que já existe uma preocupação dos bibliotecários com a baixa interação sentida pelo pequeno número de comentários, *retweets*, “curtir”, existentes nos perfis das bibliotecas visitadas conforme comentários do bibliotecário da BUC3M e da BUV que estão na análise de resultados.

A discussão sobre o perfil do bibliotecário encarregado na Web Social foi um dos temas mais observados aqui na revisão de literatura. Pode-se salientar que, este profissional necessita de um conhecimento prático que possibilite alcançar o domínio das tecnologias participativas presentes na Web 2.0 e, assim, com o desenvolvimento de um plano de comunicação e *marketing* a biblioteca promova este profissional de forma a estabelecer a participação dos usuários e, a presença da biblioteca nas diversas plataformas. Falava-se, também, da figura do *Community Manager*, de acordo com os entrevistados requer um nível elevado de estrutura organizacional para que possa se tornar realidade.

O fato é que esta tese foi concebida na época de transição da Web 2.0 para a Web 3.0, ou internet inteligente. O ciclo de dez anos pelo qual passou a Web 2.0, segundo Cho e Giustini (2008), ficou conhecido como Web Social, este durou até meados de 2010. O ciclo seguinte, também de 10 anos, chamado de web semântica, poderá explorar as informações criadas e compartilhadas pelos usuários nos catálogos OPAC 2.0, *blogs*, *wikis*, redes sociais, por meio de dispositivos móveis, sistemas baseados na computação nas nuvens e acesso aos dados via códigos QR, para ajudar a desenvolver, organizar e compartilhar esse conteúdo (BELLING *et al.*, 2011). De

acordo com Kwanya, Stilwell e Underwood (2013), a Biblioteca 3.0 terá como objetivo principal promover o acesso às suas coleções por meio de uma “busca federada”³¹⁸ que seja independente da localização, tornando o conteúdo web atualmente desorganizado, em algo sistematizado por meio de um corpo de conhecimentos. Consoante Cho e Giustini (2008), a Web 3.0, irá se beneficiar do novo padrão de catalogação lançado pela *Anglo American Catalog Rules* versão 3 (AACR3), conhecido também como *Resource Description and Access* (RDA), para descrever os recursos eletrônicos e, estabelecer princípios informacionais de acordo com o padrão hipertextual contemporâneo. Por último, o bibliotecário, irá atuar como apomediador³¹⁹, ou mediador social da informação instituída pelos usuários por meio de pontuações, comentários, e avaliações feitas em diversas plataformas ou sites web que oferecem recursos de participação dando credibilidade à informação de qualidade, mesmo ela sendo originária de *blogs* e *wikis* e, procurando alcançar a sua finalidade básica que é atender ao usuário. Com isso, fazendo uso das sete tendências propostas por Dessy (2011) para o perfil do bibliotecário, consideram-se para a perspectiva atual: 1) demonstrar o retorno sobre o investimento feito na adoção das redes sociais; 2) estabelecer políticas de uso das redes sociais nas BU assegurando sua viabilidade; 3) integrar os dispositivos móveis aos recursos da biblioteca permitindo o acesso móvel; 4) expandir as funções do bibliotecário como analista das tecnologias participativas, formador de usuários e consultor utilizando a busca federada por meio das ferramentas de descoberta; 5) fazer a transição para o uso da web semântica e a computação em nuvem; 6) com a proliferação das tecnologias móveis e a web semântica o bibliotecário deverá personalizar informações por meio de ferramentas que possam atender a uma necessidade específica do usuário; e 7) colaborar por meio da transferência de conhecimento e compartilhamento de informações que permita que o bibliotecário integre essas ferramentas de modo a expandir a alfabetização digital ao usuário.

Assim, quando se observou o objetivo específico número quatro “*elaborar e discutir com bibliotecários um modelo conceitual de adoção das redes sociais por bibliotecas universitárias considerando: a criação de perfil, a publicação de conteúdo, interação com o usuário, criação de conteúdo pelo usuário, estabelecimento de normas de uso e avaliação*” concluiu-se que os resultados obtidos com esta investigação são de grande importância para estabelecer um processo

³¹⁸ O termo busca federada envolve aspectos de interoperabilidade entre sistemas de informação digitais, provedores de dados e os provedores de serviços por meio de *software* que possibilita a pesquisa a múltiplos recursos de informação interligados (FERREIRA; VIEIRA JUNIOR, 2010). Neste caso o *software* da biblioteca estará pronto para realizar a busca em bases de dados, na própria coleção e, também em recursos da web, como *blogs*, *wikis*, redes sociais etc.

³¹⁹ O termo apomediador, surgiu na área de saúde, é derivado da palavra latina “*apo*”, que significa estar perto ou ao lado de (EYSENBACH, 2007). Os apomediadores são ferramentas e parceiros à disposição para orientar os usuários para encontrar informações confiáveis. O conceito da apomediação emana da visão que os intermediários estão frequentemente entre os usuários da biblioteca e, as informações que eles precisam e, procura apoiar o ponto de vista do bibliotecário que ressalta que se os usuários da biblioteca forem deixados sozinhos, por meio da desintermediação, eles não poderão usufruir de todo o potencial que o sistema da biblioteca oferece (EYSENBACH, 2008; KWANYA; STILWELL; UNDERWOOD, 2013).

de adoção das redes sociais que contemple aspectos relacionados com a criação do perfil, o planejamento e a avaliação, de maneira que o mecanismo funcione seguindo critérios pré-estabelecidos. Este objetivo específico foi atingido.

O modelo de adoção das redes sociais foi avaliado por distintas bibliotecas cujo cenário de implantação possuía singularidades que mostraram algumas críticas e virtudes. Em relação às críticas pode-se destacar que é possível ter no modelo uma passagem direta da fase 2 de “publicação de conteúdo” para a fase 5 de estabelecimento de normas de uso, ou seja, sem se preocupar com a interação e criação de conteúdo pelo usuário. Outra crítica vale para aquelas bibliotecas que tem uma rigidez própria no quesito de criação de novos serviços, o que sugere um processo totalmente formal de comunicação do bibliotecário com o usuário. Vale mencionar, também, que os recursos oferecidos pelos OPAC 2.0, conforme o que havia dito Maniega-Legarda (2008), ainda não são uma realidade presente, apesar de algumas bibliotecas visitadas já terem implantado sistemas que oferecem essas funcionalidades, embora elas ainda não tenham difundido ou liberado as funcionalidades que permitem ao usuário realizar pontuações, comentários ou a criação de *tags* e, assim, explorar este potencial.

Em termos de virtudes, o modelo pôde evidenciar os aspectos de gestão dos serviços que utilizam essas ferramentas para promover o seu uso, de maneira a realçar o estilo de linguagem, a avaliação das plataformas seguindo critérios de uso e o engajamento com os usuários.

Entretanto, o emprego das redes sociais em BU, no que se refere à promoção dos serviços e a formação dos usuários não garante que a imagem da biblioteca seja ampliada, por experiência própria alguns bibliotecários ressaltaram que os usuários não participam tanto quanto se desejava e, assim, essas ferramentas são empregadas prioritariamente na comunicação e difusão da informação presente nessas bibliotecas.

Ao contrastar as premissas assumidas no início do capítulo de análise dos resultados, com a validação obtida no mesmo capítulo, permitiu comprovar pelo desfecho:

Que a interação dos usuários com as redes sociais demanda que as BU conduzam uma experiência que seja muito além daquela informação textual comumente percebida nos perfis de bibliotecas, isso compreende que a biblioteca ofereça um conteúdo multimídia que retenha a atenção do usuário. Neste caso, pode-se considerar que o contexto de ensino não interfere na forma como as bibliotecas vão introduzir as redes sociais para motivar a participação dos usuários. Isso é corroborado aqui pela revisão de literatura quando descreve que esse fenômeno não é particular ao contexto espanhol.

Que a dinâmica percebida no fenômeno das redes sociais envolve a decisão pela adoção, a plena utilização e o abandono da plataforma pelos usuários que buscam um novo meio para interagir. Isso faz com que o bibliotecário exerça uma busca contínua pelas tendências de

comunicação observadas neste espaço virtual. Um exemplo disso pode ser evidenciado pela migração dos usuários espanhóis que usavam a rede Tuenti e passaram a usar a rede Facebook, como também pela rápida adoção da rede temática Pinterest.

Que as BU espanholas vêm procurando mecanismos inovadores para atender às necessidades de informação dos usuários que participam das redes sociais e, assim estabelecer um planejamento focado na comunicação com a sociedade que permita melhorar a imagem e a presença da biblioteca nestes meios. Entretanto, o que se sucede é que o fenômeno das redes sociais requer um constante monitoramento de tendências de uso para saber em que plataforma os usuários estão presentes, demandando assim mais tempo para assimilar uma nova ferramenta.

Um dos problemas percebidos com a pesquisa, que não estava previsto no estudo, foi a ausência inicial de critérios para avaliar o perfil do bibliotecário 2.0, isso foi inclusive percebido ao escrever a revisão de literatura que manifestou inúmeros trabalhos acadêmicos sobre a aplicação das ferramentas sem contemplar uma representação deste profissional responsável pela atualização das redes sociais no espaço das bibliotecas. Entretanto, na Espanha já existe uma preocupação em definir esse perfil por meio do trabalho realizado pelo *Consejo de Cooperación Bibliotecaria* que indica as funções associadas ao profissional que irá trabalhar com as redes sociais e, também, as suas competências.

Apesar das dificuldades econômicas enfrentadas pelas BU espanholas para a implantação de catálogos OPAC que possuam funcionalidades 2.0, há que se considerar num primeiro momento a formação dos usuários para interagir com essas ferramentas e, assim desenvolver suas competências informacionais. Há que se ressaltar, também, a importância da iniciativa CI2, desenvolvida pela REBIUN, para ampliar as competências informáticas e informacionais que pretende favorecer a formação dos usuários utilizando-se das ferramentas 2.0 como suporte de aprendizagem. Vale recordar que, essa iniciativa expressa recomendações para a capacitação dos futuros alunos graduados em competências informáticas e informacionais, que foram consequência da política educacional europeia que flexibilizava a organização dos estudos de graduação, promovendo a diversificação curricular e, com isso permitindo a mobilidade dos estudantes“ (CRUE TIC; REBIUN, 2012).

Observou-se também com o estudo que as iniciativas utilizando as redes sociais requerem uma divulgação dessas ações que permita aos usuários conhecer o conteúdo existente no acervo das BU como, por exemplo: os concursos de fotografias, microcontos e enquetes que contemplavam esse tipo de informação.

6.1 Limitações da pesquisa

A principal limitação desta pesquisa foi o fato de ter sido examinado apenas a situação ocorrida nas BU espanholas, não permitindo assim análises comparativas e possíveis generalizações deste estudo. Apesar disso o estudo não tinha como objetivo comparar com a situação brasileira. Pode-se notar que ao longo dos últimos dois anos, as pesquisas que contemplam a adoção das redes sociais em bibliotecas brasileiras viraram tendência nos eventos da área de Biblioteconomia e Ciência da Informação, contudo percebe-se a pouca presença de estudos observando o planejamento e o desenvolvimento de políticas de uso destas ferramentas, bem como a discussão do perfil do bibliotecário 2.0. Com isso, pode-se dizer que a realidade brasileira ainda está atrasada em relação à espanhola, em que esta temática já está consolidada, a ponto de aqueles bibliotecários que trabalhavam com as redes sociais estarem desenvolvendo práticas acerca da curadoria de conteúdo digital que pode se tornar uma área promissora de investigações.

Outro aspecto interessante envolve o âmbito da indústria de *software* nacional voltado para o desenvolvimento de sistemas de gestão do acervo de bibliotecas. Pode-se perceber que, para haver uma atualização semelhante àquela vivida na Espanha, é preciso compensar as lacunas existentes originadas pelos sistemas nacionais que são escassos de funcionalidades que permitam o engajamento do usuário e, assim, corrobore para o desenvolvimento dos serviços presentes nas BU brasileiras.

Apesar de haver diversas limitações para esta pesquisa, considerou-se que a população estudada deveria ser aquela a qual o autor tivesse acesso. Assim, outra questão muito delicada foi na hora de definir as similaridades da população que participou do levantamento, já que foram recebidos questionários de bibliotecas de várias universidades e, também, de bibliotecas que faziam parte de uma mesma universidade.

Outra limitação que pode ser mencionada foi o número de respostas obtidas ao questionário que não poderia ser considerado estatisticamente conclusivo. Ressalta-se que esta pesquisa foi fundamental focada na metodologia qualitativa e esses dados estatísticos serviram basicamente para se conhecer as tendências dos respondentes em relação a um determinado fenômeno. No entanto, as inferências obtidas a partir do resultado alcançado pelo questionário não tiveram o objetivo de confirmar qualquer tipo de perfil de grupo, apenas complementar o entendimento obtido no processo de observação, verificar as possibilidades de adoção, e as coincidências que poderiam acontecer em algum tópico do instrumento. Por isso, a utilização do instrumento e as inferências obtidas foram consideradas válidas. Essa limitação estaria presente em qualquer tipo de pesquisa não invalidando seus resultados, desde que eles não sejam generalizados.

Outra limitação a ser considerada é que a pesquisa retratou um período distinto no tempo, visto que o contexto das redes sociais é muito dinâmico, no decorrer da análise dos resultados pôde-se observar o surgimento de novos perfis de redes sociais em bibliotecas visitadas onde antes não havia sido criado e, também, mudanças nas próprias páginas web das bibliotecas visitadas. A própria atividade e as necessidades da instituição se alteram com muita velocidade e constância fazendo as bibliotecas inovarem em tempos de recessão econômica na Espanha. Essa limitação embora traga novidades, não influencia nos resultados da pesquisa porque não se pretendeu com esta chegar a um panorama completo e finalizado da aplicação dos construtos e conceitos utilizados e sim, gerar conhecimento sobre a adoção das redes sociais. Caso essa pesquisa fosse replicada em outros países deveria considerar a questão do tempo e espaço de abrangência. Logo, ressalta-se, que os resultados não são passíveis de generalização devido à sua natureza e especificidade. A análise realizada nesta tese não deveria buscar quantificação e, sim, semelhanças e diferenças para justificar uma política de adoção das redes sociais no espaço das BU estudadas.

Embora no decorrer do levantamento de dados para a pesquisa a questão da barreira da língua poderia ser levada em consideração pelos distintos povoados e dialetos que havia na Espanha, o pesquisador, apesar das suas limitações, procurou se comunicar em castelhano no decorrer das entrevistas com os bibliotecários que cuidavam das redes sociais nas bibliotecas universitárias visitadas gravando todas as entrevistas para uma posterior análise. Essa limitação foi sentida, também, na hora da pesquisa do referencial bibliográfico, quando foram considerados aqueles em inglês, espanhol (castelhano), catalão, italiano e português. Caso fossem considerados estudos em outras línguas, isso poderia contribuir para ver a perspectiva da adoção das redes sociais em outros países e contextos culturais que pudessem trazer semelhanças ou diferenças a este estudo melhorando inclusive a teoria crítica observada em artigos da língua inglesa na seção 2.7.

Assim, para finalizar as limitações é possível que o modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias proposto aqui neste estudo não venha a funcionar em outros contextos onde, por exemplo, existam usuários que não colaboram na criação de conteúdo, em que as BU não destacam estas ferramentas 2.0 com confiança para abrir um espaço de comunicação com os usuários e, também, onde os bibliotecários não possuem uma atitude 2.0 que ajude a inovar em contextos adversos.

6.2 Propostas para o desenvolvimento de pesquisas futuras

O fenômeno das redes sociais se constitui como um processo dinâmico onde a presença dos recursos tecnológicos amplia as possibilidades de apropriação pelas BU, como opção para a difusão da informação científica e promoção do conhecimento em toda a comunidade acadêmica. Deste

modo, para fazer frente à rapidez com que as ferramentas surgem e, a maneira como os usuários se comunicam, vale ressaltar novas competências pertinentes ao bibliotecário para manejar o grande volume de informação digital presente.

Assim, diversas iniciativas podem ser analisadas e estabelecidas para favorecer este contexto comunicacional e de aprendizagem que a Web 2.0 oferece às bibliotecas universitárias. Desta maneira, o estudo possibilitou a exibição de propostas para o desenvolvimento de pesquisas futuras que permita:

- i. Identificar o impacto do uso de dispositivos móveis na promoção dos serviços de informação da BU com os estudantes que possuem perfil em redes sociais.
- ii. Investigar como ocorre a comunicação científica pela biblioteca com a utilização das redes sociais pelos estudantes universitários.
- iii. Estudar o perfil das competências do bibliotecário 2.0 distinguidas nesta tese, a fim de conhecer a realidade brasileira no âmbito universitário.
- iv. Inicialmente a pesquisa havia sido planejada para investigar o contexto brasileiro, contudo com a chance de fazer o estudo num âmbito mais evoluído, ela foi realizada na Espanha. Assim, sugere-se avaliar o modelo de adoção das redes sociais em bibliotecas universitárias no contexto brasileiro, a fim de realizar um estudo observando as particularidades do universo acadêmico brasileiro e, porventura fazer um estudo comparativo.
- v. Identificar do ponto de vista do usuário brasileiro, o que faz ele criar conteúdo por meio dos perfis de redes sociais disponibilizados pela biblioteca universitária considerando a tipologia de usuário proposta no modelo do infográfico da Escada Tecnográfica Social de Li e Bernoff (2011).
- vi. Investigar as necessidades informacionais do profissional que trabalha na curadoria de conteúdos digitais, a fim de oferecer um modelo de organização e difusão da informação utilizando-se de ferramentas da Web 2.0.
- vii. Identificar o perfil do bibliotecário como apomediador das ferramentas 2.0 na área de saúde de uma universidade.

REFERÊNCIAS

- ACRL RESEARCH PLANNING AND REVIEW COMMITTEE. 2012 top ten trends in academic libraries: a review of the trends and issues affecting academic libraries in higher education. **College Research Libraries News**, v. 73, n. 6, p. 311-320, 2012. Disponível em: <<http://crln.acrl.org/content/73/6/311.full>>. Acesso em: 05 mai. 2013.
- ADOMAVICIUS, Gediminas; TUZHILIN, Alexander. Toward the next generation of recommender systems: a survey of the state-of-the-art and possible extensions. **IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering**, v. 17, n. 6, p. 734-749, 2005.
- AGUIAR, Giseli. A. **Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP**. 2012. 184 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-03122012-160409/pt-br.php>>. Acesso em: 25 jul. 2013.
- AGUIAR, Giseli; SILVA, José F. M. As bibliotecas universitárias nas redes sociais: Facebook, Orkut, Myspace e Ning. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 16. SNBU, 2010, Rio de Janeiro-RJ. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro : UFRJ, 2010. Disponível em: <http://www.gapcongressos.com.br/eventos/z0070/trabalhos_pesquisa.asp>. Acesso em: 10 nov. 2013.
- AHARONY, Noa. Web 2.0 in U.S. LIS Schools : are they missing the boat? **Ariadne**, n. 54, 2008. Disponível em: <<http://www.ariadne.ac.uk/issue54/aharony>>. Acesso em: 10 nov. 2013.
- _____. Web 2.0 use by librarians. **Library & Information Science Research**, v. 31, n. 1, p. 29-37, 2009.
- AHN, June. The effect of social network sites on adolescents' social and academic development: current theories and controversies. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 62, n. 8, p. 1435-1445, 2011.
- ALEXANDER, Laurie; CARTER, Dave; CHAPMAN, Suzanne; HOLLAR, Susan; WEATHERBEE, Julie. MLibrary 2.0: create, share, and network. **College & Research Libraries News**, v. 69, n. 4, p. 204-229, 2008. Disponível em: <<http://crln.acrl.org/content/69/4/204.full.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2013.
- ALLAN, Charles. Using a wiki to manage a library instruction program: sharing knowledge to better serve patrons. **College & Research Libraries News**, v. 68, n. 4, p. 242-244, 2007. Disponível em: <<http://crln.acrl.org/content/68/4/242.full.pdf+html>>. Acesso em: 17 nov. 2013.
- ALMEIDA, Maria Christina B. **Planejamento de bibliotecas e serviços de informação**. Brasília : Briquet de Lemos, 2000.
- ALMEIDA, Robson L. **Disseminação de conteúdos na Web: a tecnologia RSS como proposta para a comunicação científica**. 2008. 192 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Departamento de Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília. 2008.
- ALMENDRA, Gabriela J. L.; CALIL JUNIOR, Alberto. Mapeamento das ferramentas colaborativas das bibliotecas públicas estaduais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE

BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25., 2013, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis : UFSC, 2013. Disponível em: <<http://portal.febab.org.br/anais/article/view/868>>. Acesso em: 07 ago. 2013.

ALONSO-ARÉVALO, Julio. El fenómeno no consolidado del préstamo digital en bibliotecas. **Blok de Bid**. 17 jul., 2013. Disponível em: <<http://www.ub.edu/blokdebid/es/content/el-fenomeno-no-consolidado-del-prestamo-digital-en-bibliotecas>>. Acesso em: 23 out. 2013.

AMARAL, Roniberto M. **Desenvolvimento e aplicação de um método para o mapeamento de competências em inteligência competitiva**. 2006. 209 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Centro de Exatas e de Tecnologia, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2006. Disponível em: <http://200.136.214.89/nit/refbase/arquivos/amaral/2006/577_Amaral2006.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2013.

ANDERGASSEN, Monika; BEHRINGER, Reinhold; FINLAY, Janet; GORRA, Andrea; MOORE, David. Weblogs in higher education - why do students (not) Blog ?. **Electronic Journal of e-Learning**, v. 7, n. 3, p. 203-215, 2009.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro : Elsevier, 2006.

ANFINNSEN, Svein; GHINEA, George; DE CESARE, Sergio. Web 2.0 and folksonomies in a library context. **International Journal of Information Management**, v. 31, n. 1, p. 63-70, 2011.

ÁNGEL MARZAL, Miguel. La irresistible ascensión del CRAI en universidad. **Ponto de Acesso**, Salvador, v. 2, n. 1, p. 72-97, 2008. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/viewArticle/2667>>. Acesso em: 14 jun. 2013.

ANTELMAN, Kristin; LYNEMA, Emily; PACE, Andrew K. Toward a 21st century library catalog. **Information Technology and Libraries**, v. 25, n. 3, p. 128-139, 2006.

ANTTIROIKO, Ari-Veikko; SAVOLAINEN, Reijo. Towards library 2.0: the adoption of Web 2.0 technologies in public libraries. **Libri: International Journal of Libraries & Information Services**, v. 61, n. 2, p. 87-99, 2011.

ARAÚJO, Carlos A. A. Correntes teóricas da ciência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 38, n. 3, p. 192-204, 2009. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/cienciainformacao/index.php/ciinf/article/view/1719>>. Acesso em: 15 jul. 2013.

ARAÚJO, Paula C. O *blog* “na era da informação” como ferramenta de compartilhamento de informação, conhecimento e para a promoção profissional. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, v. 15, n. 1, 2009. Disponível em: <<http://revistaacb.emnuvens.com.br/racb/article/view/676>>. Acesso em: 05 nov. 2013.

ARCH, Xan. Creating the academic library folksonomy: Put social tagging to work at your institution. **College & Research Libraries News**, v. 68, n. 2, p. 80-81, 2007. Disponível em: <<http://crln.acrl.org/content/68/2/80.full.pdf+html>>. Acesso em: 12 nov. 2013.

ARROYO-VÁZQUEZ, Natalia. ¿Cuántos tweets hacen falta para convertirse en “trending topic”? **Biblioblog.org**, 6 ago. 2009. Disponível em: <<http://biblioblog.org/2009/08/06/cuantos-tweets-hacen-falta-para-convertirse-en-trending-topic/>>. Acesso em: 30 out. 2013.

_____. **El bien abastecido mercado de los sitios de redes sociales.** Monitorización y evaluación en medios sociales, 10 jun. 2008. Disponível em: <<http://comunidad20.sedic.es/?p=177>>. Acesso em: 15 mar. 2012.

_____. **Información en el móvil.** Barcelona (España) : Editorial UOC. 2012.

ARROYO-VÁZQUEZ, Natalia; MERLO-VEGA, José A. La biblioteca como usuaria de la Web 2.0. In: JORNADAS ESPAÑOLAS DE DOCUMENTACIÓN, 10., 2007, Santiago de Compostela, (España). **Actas...** Madrid : FESABID, 2007. Disponível em: <<http://www.fesabid.org/santiago2007/>>. Acesso em: 10 out. 2013.

ARROYO-VÁZQUEZ, Natalia. Medir el trabajo en medios sociales: la experiencia de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. In: JORNADAS ESPAÑOLAS DE DOCUMENTACIÓN, 13., 2013, Toledo (España). **Actas...** Madrid : FESABID, 2013. Disponível em: <<http://www.fesabid.org/toledo2013/actas-de-las-jornadas>>. Acesso em: 10 out. 2013.

_____. Web móvil y bibliotecas. **El Profesional de la Información**, v.18, n. 2, p.129-136, 2009.

ARTS COUNCIL ENGLAND. **The library of future.** 2013. 12p. Disponível em: <<http://www.artscouncil.org.uk/advice-and-guidance/browse-advice-and-guidance/library-future>>. Acesso em : 20 out. 2013.

ASTERIADIS, Stylianos; KARPOUZIS, Kostas; KOLLIAS, Stefanos. Feature extraction and selection for inferring user engagement in an HCI environment. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON HUMAN-COMPUTER INTERACTION, 13., 2009, San Diego-California, (USA). **Proceedings...** San Diego : HCII, 2009. p.22-29. Part I: New trends. Disponível em: <<http://www.image.ece.ntua.gr/papers/597.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

BALBY, Cláudia N. **Estudos de uso de catálogos online (OPACs): revisão metodológica e aplicação da técnica de análise de log de transações a um OPAC de biblioteca universitária brasileira.** 2002. 137 f. Tese (Doutorado em Ciência da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

BAKER, David; EVANS, Wendy. **Libraries and society : role, responsibility and future in an age of change.** Oxford-UK: Chandos, 2011.

BARBOSA, Marilene L. A.; FRANKLIN, Sérgio. Controle, avaliação e qualidade de serviços em unidades de informação. In: LUBISCO, Nídia M. L. (Org.) **Biblioteca universitária: elementos para o planejamento, avaliação e gestão.** Salvador : EDUFBA, 2011. Cap. 4, p. 19-36.

BAR-ILAN, Judit. Information hub blogs. **Journal of Information Science**, v. 31, n. 4, p. 297-307, 2005.

BAREFOOT, Darren; SZABO, Julie. **Manual de marketing em mídias sociais.** São Paulo: Novatec. 2010.

BARROS, Léa. M. S. **A folksonomia como prática de classificação colaborativa para a recuperação da informação.** 2011. 90 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação), Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

BARSKY, Eugene; GIUSTINI, Dean. Introducing Web 2.0: wikis for health librarians. **Journal of Canadian Health Libraries Association**, v. 28, n. 4, p. 147-150, 2007. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/2429/497>>. Acesso em: 13 nov. 2013.

- BARTHOLOMEW, Don. A new model for social (and traditional) media measurement. **Metricsman**, 29 ago. 2008. Disponível em: <<http://metricsman.wordpress.com/2008/08/29/a-new-model-for-social-and-traditional-media-measurement>>. Acesso em: 30 jan. 2013.
- BATES, Mary E. Can I Facebook that?. **Online**, v. 31, n. 5, p. 64, 2007. Disponível em: <<http://www.infotoday.com/online/sep07/index.shtml>>. Acesso em: 20 fev. 2013.
- BAUSCH, Paul; HAUGHEY, Matthew; HOURIHAN, Meg. **Weblog: publishing online with weblogs**. Indianapolis (EUA) : Wiley, 2002.
- BAX, Marcello P.; ALVARENGA, Lídia; PARREIRAS, Fernando S.; BRANDÃO, Wladimir. C. Sistema automático de disseminação seletiva. In: INTERNATIONAL FEDERATION LIBRARIAN ASSOCIATION-IFLA SATELLITE MEETING, 2004, São Paulo. **Anais...** São Paulo : USP, 2004. Disponível em: <http://www.fernando.parreiras.nom.br/publicacoes/dsi_ifla.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2013.
- BAWDEN, David; ROBINSON, Lyn.; ANDERSON, Theresa.; BATES, Jessica.; RUTAUSKIENE, Ugne. VILAR, Polona. Curriculum 2.0? Changes in information science education for a Web 2.0 world. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON THE FUTURE OF INFORMATION SCIENCES, 1., 2007, Zagreb (Croatia). **Conference Paper...** Zagreb : Faculty of Humanities and Social Sciences, 2007. Disponível em: <<http://infoz.ffzg.hr/INFuture/2007/Conference.aspx>>. Acesso em: 10 mar. 2013.
- BEAGLE, Donald. Conceptualizing an information commons. **The Journal of Academic Librarianship**, v. 25, n. 2, p. 82-89, 1999.
- BELLING, Anna; RHODES, Aimee; SMITH, Janine; THOMSON, Susan; THORN, Bernie. Exploring Library 3.0 and beyond. **State Library of Victoria**, 2011. Disponível em: <http://www.libraries.vic.gov.au/downloads/20102011_Shared_Leadership_Program_Presentation_Day/_exploring_library_3.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2013.
- BELL, Steven J.; SHANK, John. The blended librarian: a blueprint for redefining the teaching and learning role of academic librarians. **College & Research Libraries News**, v. 65, n. 7, p. 372-375, 2004. Disponível em: <<http://crln.acrl.org/content/65/7/372.full.pdf+html>>. Acesso em: 05 nov. 2013.
- BENAVENTE, Rócio P. Los cuatro motivos por los que estamos abandonando Facebook. **El Confidencial Teknautas**, 20 out. 2013. Disponível em: <http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2013-10-20/los-cuatro-motivos-por-los-que-estamos-abandonando-facebook_43383/>. Acesso em: 30 out. 2013.
- BERNERS-LEE, Tim. **Weaving the web: the past, present and future of the World Wide Web by its inventor**. London: Orion Business Books, 1999.
- BERNOFF, Josh. The POST method: a systematic approach to social strategy. **Forrester Empowered**, 11 dez. 2007. Disponível em: <<http://forrester.typepad.com/groundswell/2007/12/the-post-method.html>>. Acesso em: 29 jan. 2013.
- BEVAN, Paul. Share. Collaborate. Innovate: building an organisational approach to Web 2.0. **Ariadne**, n. 61, p. 1-9, 2009. Disponível em: <<http://www.ariadne.ac.uk/issue61/bevan/>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

- BIANCHETTI, Lucídio. O processo de Bolonha e a intensificação do trabalho na universidade. **Educação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, 2010. Entrevista com Joseph M. Blanch. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87315813014>>. Acesso em: 29 abr. 2013.
- BIBLIOTECA DE LA UNIVERSIDADE DE SEVILLA. Plan estrategico 2012-2014: unidos en la estrategia, avanzamos. **Biblioteca de la Universidad de Sevilla**, 2011. Disponível em: <http://bib.us.es/sobre_la_biblioteca/gestion_y_organizacion/common/planes_estrategicos/folleto_p lan.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2013.
- BLACKBURN, Heidi. Millennials and the adoption of new technologies in libraries through the diffusion of innovations process. **Library Hi Tech**, v. 29, n. 4, p. 663-677, 2011.
- BLAIR, Joanna; LEVEL, Allison V. Creating and evaluating a subject-based blog: planning, implementation, and assessment. **Reference Services Review**, v. 36, n. 2, p. 156-166, 2008.
- BLANCHARD, Olivier. **El retorno de la inversión en social media**. Madrid : Anaya, 2012.
- BLATTMANN, Ursula; FACHIN, Gleisy R. B; RADOS, Gregório J.V. Bibliotecário na posição do arquiteto da informação em ambiente Web. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 11., 2000, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis: UFSC, 2000. Disponível em: <<http://www.ced.ufsc.br/~ursula/papers/arquinfo.html>>. Acesso em: 05 jun. 2011.
- BLATTMANN, Ursula; SILVA, Fabiano C. C. Colaboração e interação na web 2.0 e biblioteca 2.0. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 12, n. 2, p. 191-215, 2007. Disponível em: <<http://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/530>>. Acesso em: 05 nov. 2013.
- BLATTMANN, Ursula. A colaboração e a interação na Web 2.0. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 22., 2007, Brasília-DF. **Anais eletrônicos...** Brasília: UnB, 2007. 1 CD-ROM.
- BLOOD, Rebecca. Weblogs: a history and perspective. **Rebecca's pocket**, 07 set. 2000. Disponível em: <http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html>. Acesso em: 20 mar. 2012.
- BLOOM, Eric. Você é um híbrido digital? Alguém que é parte nativo digital e parte imigrante digital?. **CIO Estratégia de Negócios e TI para líderes corporativos**, 18 set. 2013. Disponível em: <<http://cio.uol.com.br/carreira/2013/09/18/voce-e-um-hibrido-digital/>>. Acesso em: 20 set. 2013.
- BLYBERG, Jon. 11 reasons why Library 2.0 exists and matters. **Blyberg.net**, 01 set. 2006. Disponível em: <<http://www.blyberg.net/2006/01/09/11-reasons-why-library-20-exists-and-matters/>>. Acesso em: 10 nov. 2013.
- _____. Why bother: the impact of social OPACs. **Blyberg.net**, 20 mar. 2006. Disponível em: <<http://www.blyberg.net/2006/03/20/why-bother-the-impact-of-social-opacs/>>. Acesso em: 30 nov. 2013.
- _____. AADL.org goes social. **Blyberg.net**, 21 jan. 2007. Disponível em: <<http://www.blyberg.net/2007/01/21/aadlorg-goes-social/>>. Acesso em: 06 ago. 2009.
- BOCCATO, Vera R. C. **Avaliação do uso de linguagem documentária em catálogos coletivos de bibliotecas universitárias: um estudo sociocognitivo com protocolo verbal**. 2009. 301 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual

- Paulista, Marília, 2009. Disponível em: <http://www.athena.biblioteca.unesp.br/exlibris/bd/bma/33004110043P4/2009/bocato_vrc_dr_mar.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2013.
- BORGES, Bernie. The life cycle of interaction in social media. **Inbound Marketing Strategies**, 28 set. 2008. Disponível em: <<http://www.findandconvert.com/blog/2008/the-lifecycle-of-interaction-in-social-media/>>. Acesso em: 06 nov. 2013.
- BORKO, Harold. Information science: what is it? **American Documentation**, v. 19, n. 1, p. 3-5, 1968.
- BOUDREAUX, Chris. Policy database: the most complete listing of social media policies. **Social Media Governance**, 2012. Disponível em: <<http://socialmediagovernance.com/policies.php>>. Acesso em: 26 fev. 2013.
- BOWLER, Leanne; KOSHMAN, Sherry; SUN OH, Jung; HE, Daqing; CALLERY, Bernadette G.; BOWKER, Geof; COX, Richard J. Issues in user-centered design in LIS. **Library Trends**, v. 59, n. 4, p. 721-752, 2011.
- BRADY, Christian. The limits of academic freedom – advice – the chronicle of higher education. **Targuman.org**, 10 dez. 2009. Disponível em: <<http://targuman.org/blog/2009/12/10/the-limits-of-academic-freedom-advice-the-chronicle-of-higher-education/>>. Acesso em: 28 out. 2013.
- BRANUM, James M. **The blogging phenom**: an overview and theoretical consideration. Texas : Southwest Texas State University, 2003. Disponível em: <<http://www.ajy.net/jmb/blogphenomenon.htm>> . Acesso em: 20 mar. 2013.
- BREEDING, Marshall. Beyond the current generation of next-generation library interfaces: deeper search. **Computers in Libraries**, v. 28, n. 5, p. 39-42, 2008.
- _____. Next-generation library catalogs. **Library Technology Reports**, v. 43, n. 4, p. 5-42, 2007.
- BRIDGES, Laurie M. Librarian as professor of social media literacy. **Journal of Library Innovation**, v. 3, n. 1, p. 48-65, 2012.
- BROWN, Mike. 6 social media metrics you must track: a strategic view of the numbers and stories that matter. **The Brainzooming Group**, 2011. p. 1-6. Disponível em: <http://www.mokangrantprofessionals.org/uploads/6_Social_Media_Metrics_You_Must_Track_-_The_Brainzooming_Group.pdf>. Acesso em: 14 fev. 2013.
- BROWN-SICA, Margareth; BEALL, Jeffrey. Library 2.0 and the problem of hate speech. **Electronic Journal of Academic and Special Librarianship**, v. 9, n. 2, 2008. Disponível em: <http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v09n02/brown-sica_m01.html>. Acesso em: 10 abr. 2013.
- BYRUM, John. D. Recommendations for urgently needed improvement of OPAC and the role of the national bibliographic agency on achieving it. In: WORLD LIBRARY AND INFORMATION CONGRESS, 71., 2005, Oslo (Sweden). **Proceedings...**, Oslo : IFLA General Conference Council, 2005. Disponível em: <<http://www.ifla.org/IV/ifla71/papers/124e-Byrum.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2013.
- BUCZYNSKI, James A. Libraries begin to engage their menacing mobile phone hordes without shhhhh!. **Internet Reference Services Quarterly**, v. 13, n. 2-3, p. 261-269, 2008.

BUIGUES-GARCIA, Mar, GIMÉNEZ-CHORNET, Vicent. Impact of Web 2.0 on national libraries. **International Journal of Information Management**, v. 32, n. 1, p. 3-10, 2012.

BURKHARDT, Andy. Social Media : a guide to college and university libraries. **College & Research Libraries News**, v. 71, n. 1, p. 10-24, 2010. Disponível em: <<http://crln.acrl.org/content/71/1/10.full>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

CAHILL, Kay. Going social at Vancouver Public Library: what the virtual branch did next. **Program: Electronic Library and Information Systems**, v. 45, n. 3, p. 259-278, 2011.

CALIL JUNIOR, Alberto; CORRÊA, Elisa C. D.; SPUDEIT, Daniela. O uso das mídias sociais nas bibliotecas brasileiras: análise dos trabalhos apresentados no SNBU e CBBB. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECOLOGIA E DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25., 2013, Florianópolis-SC. **Anais eletrônicos...** Florianópolis : UFSC, 2013. Disponível em: <<http://portal.febab.org.br/anais/article/view/1211>>. Acesso em: 07 ago. 2013.

CAMPOS, Luís F. B. Web 2.0, Biblioteca 2.0 e ciência da informação (i): um protótipo para disseminação seletiva de informação na Web utilizando mashups e feeds RSS. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 8. ENANCIB, 2007, Salvador-BA. **Anais eletrônicos...** Salvador : UFBA, 2007. 1 CD-ROM.

CARPALLO BAUTISTA, Antonio. La formación de los bibliotecarios en las bibliotecas públicas españolas. In: CONGRESSO NACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS, ARQUIVISTAS E DOCUMENTALISTAS, 9., 2007, Açores (Portugal). **Anais eletrônicos...** Açores : Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas, 2007. Disponível em: <<http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/544>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

CASEY, Michael E. Librarians without borders. **Library Crunch**, 26 set. 2005. Disponível em: <http://www.librarycrunch.com/2005/09/librarians_without_borders.html>. Acesso em: 07 ago. 2013.

_____. Library 2.0 : like it or hate it, it's public domain. **Library Crunch**, 26 mai. 2006. Disponível em: <<http://www.librarycrunch.com/2006/05/>>. Acesso em: 07 ago. 2013.

CASEY, Michael E.; SAVASTINUK, Laura C. **Library 2.0: a guide to participatory library service**. Medford-EUA : Information Today, 2007.

CASTILLO-SERNA, Conrado; LAURA MOSQUEDA; María; VEGA, María; PÉREZ, Nagi; FERNÁNDEZ, Daniel. **Estudio de perfiles profesionales más demandados en el ámbito de los contenidos digitales en España 2012-2017: Profesionales TIC**. Madrid (España) : Fundación Tecnologías de la Información, 2013. Disponível em: <<http://www.fti.es/content/pafet-vii-perfiles-profesionales-más-demandados-ámbito-contenidos-digita>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

CASTRO FILHO, Cláudio M. ; VERGUEIRO, Waldomiro C. S. . Convergências e divergências do modelo europeu do Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) em relação às bibliotecas universitárias brasileiras. **Bibliotecas Universitárias: Pesquisa, Experiências e Perspectivas**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 31-41, 2011. Disponível em: <<https://www.bu.ufmg.br/rbu/index.php/localhost/article/viewFile/10/13>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

CATARINO, Maria E.; BAPTISTA, Ana A. Folksonomia: um novo conceito para a organização dos recursos digitais na Web. **DataGramZero – Revista de Ciência da Informação**, Rio de

Janeiro, v. 8, n. 3, 2007. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/jun07/Art_04.htm>. Acesso em: 31 ago. 2013.

CATARINO, Maria E.; CARVALHO, Márcia M. S.; ZANINELLI, Neide M. J. Política para manutenção de conteúdos nas redes sociais e no portal do sistema de bibliotecas da UEL. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 17., 2012, Gramado-RS. **Anais eletrônicos...** Gramado : UFRGS, 2012. Disponível em: <<http://www.snbu2012.com.br/anais/busca/>>. Acesso em: 10 mai. 2013.

CATTUTO, Ciro; LORETO, Vittorio. PIETRONERO, L. Semiotic dynamics in online social communities. **European Physical Journal**, v. 46, n. 2, p. 33-37, 2006.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; DA SILVA, Roberto. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo : Pearson Prentice Hall, 2007.

ÇELIKBAS, Zeki. What is RSS and how can it serve libraries?, In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INOVATIONS IN LEARNING FOR THE FUTURE, 1., 2004 Istambul, (Turkey). **Conference Paper...** Istambul: University Istambul. p. 277-292. Disponível em:<<http://hdl.handle.net/10760/5617>>. Acesso em: 18 set. 2011.

CHAN, Hong-Han Rosita. Murdoch University Library: a web 2.0 journey. In: ACADEMIC LIBRARIAN 2 : SINGING IN THE RAIN, ALSR, 2010, Hong-Kong (China). **Conference Proceedings...** Hong-Kong : Hong-Kong Polytechnic University. p. 1-17, 2010. Disponível em: <http://repository.lib.polyu.edu.hk/jspui/bitstream/10397/1745/1/Session10B_Chan.pdf>. Acesso em: 30 set. 2013.

CHARNIGO, Laurie; BARNETT-ELLIS, Paula. Checking out Facebook.com: the impact of a digital trend on academic libraries. **Information Technology and Libraries**, v. 26, n. 1, p. 23-34, 2007.

CHO, Allan; GIUSTINI, Dean. Web 3.0 and health librarians: an introduction. **Journal of the Canadian Health Libraries Association**, v. 29, n. 1, p. 13-18, 2008. Disponível em: <<http://pubs.chla-absc.ca/doi/abs/10.5596/c07-035>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

CHU, Samuel Kai-Wah. Using wikis in academic libraries. **Journal of Academic Librarianship**, v. 35, n. 2, p. 170-176, 2009.

CHUA, Alton Y. K.; GOH, Dion H. A study of web 2.0 applications in library websites. **Library and Information Science Research**, v. 32, n. 3, p. 203-211, 2010.

CLYDE, Laurel A. **Weblogs and libraries**. Oxford-UK: Chandos Publishing. 2004. 181 p.

COELHO, Helena S.F. **A Web 2.0 nas bibliotecas universitárias portuguesas: um estudo da implementação do paradigma da biblioteca 2.0**. 2009. 103 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Documentação e Informação) - Faculdade de Letras, Universidade de Lisboa, 2009. Disponível em: <<http://repositorio.ul.pt/handle/10451/400>>. Acesso em: 12 abr. 2012.

COHEN, Sarah F. C. Taking 2.0 to the faculty: why, who, and how. **College & Research Libraries News**, v. 69, n. 8, p. 472-475, 2008. Disponível em: <<http://crln.acrl.org/content/69/8/472.full.pdf+html>>. Acesso em: 12 abr. 2011.

CONNELL, Ruth S. Academic libraries, Facebook and MySpace, and student outreach: a survey of student opinion. **Libraries and the Academy**, v. 9, n. 1, p. 25-36, 2009.

- CONSTINE, Josh. Pinterest hits 10 million U.S. monthly uniques faster than any standalone site ever-comScore. **Techcrunch**, 7 fev. 2012. Disponível em: <<http://techcrunch.com/2012/02/07/pinterest-monthly-uniques/>>. Acesso em: 26 fev. 2013.
- COOPER, Belle B. A scientific guide to posting tweets, Facebook posts, emails and blog posts at the best time. **Bufferapp.com**, 29 ago. 2013. Disponível em: <<http://blog.bufferapp.com/best-time-to-tweet-post-to-facebook-send-emails-publish-blogposts>>. Acesso em: 30 out. 2013.
- COOPER, Jason D.; MAY, Alan. Library 2.0 at a small campus library. **Technical Services Quarterly**, v. 26, n. 2, p. 89-95, 2009.
- COX, Andrew M. Flickr: a case study of Web 2.0. **Aslib Proceedings : New Information Perspectives**, v. 60, n. 5, p. 493-516, 2008.
- COYLE, Karen. The library catalog in 2.0 world. **The Journal of Academic Librarianship**, v. 33, n. 2, p. 289-291, 2007.
- CRAWFORD, Walt. Library 2.0 and “Library 2.0”. **Cites and Insights**, v. 6, n. 2, p. 1-32, 2006. Disponível em: <<http://citesandinsights.info/civ6i2.pdf>>. Acesso em: 05 jul. 2013.
- _____. Making it work: Library 2.0 revisited. **Cites and Insights**, v. 9, n. 9, p. 25-32, 2009. Disponível em: <<http://citesandinsights.info/civ9i9.pdf>>. Acesso em: 05 jul. 2013.
- CROWDSOURCING. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Flórida (USA) : Wikimedia Foundation, 2012. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Crowdsourcing&oldid=28454677>>. Acesso em: 29 out. 2013.
- CRUE-TIC; REBIUN. **Competencias informáticas e informacionales (CI2) em los estudios de grado**. Madrid (Espanha) : Comisión Sectorial de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2012. Disponível em: <http://ci2.es/sites/default/files/documentacion/ci2_estudios_grado.pdf>. Acesso em: 15 set. 2013.
- _____. **Manual para la formación en competencias informáticas e informacionales (CI2)**. Madri : Comisión Sectorial de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2012. 138p. Disponível em: <http://ci2.es/sites/default/files/documentacion/manual_ci2_completo.pdf>. Acesso em: 15 set. 2013.
- CUNHA, Murilo B. A biblioteca universitária na encruzilhada. **DataGramZero - Revista de Ciência da Informação**, v. 11, n. 6, 2010. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/dez10/Art_07.htm>. Acesso em: 05 mai. 2013.
- CURRAN, Kevin; MURRAY, Michelle; NORRBY, David S.; CHRISTIAN, Martin. Involving the user through the Library 2.0. **New Review of Information Networking**, v. 12, n. 1-2, p. 47-59, 2006.
- CURRAN, Kevin; MURRAY, Michelle; CHRISTIAN, Martin. Taking the information to the public through Library 2.0. **Library Hi Tech**, v. 25, n. 2, p. 288-297, 2006.
- DABBAGH, Nada; REO, Rick. Back to the Future: Tracing the roots and learning affordances of social software. In: LEE, Mark J. W.; MCLOUGLIN, Catherine (Orgs.), **Web 2.0 Based ELearning Applying Social Informatics for Tertiary Teaching**. Pensilvânia : IGI Global, 2010, p. 1-20.

- DANSKIN, Alan. Tomorrow never knows: the end of cataloguing?. **IFLA Journal**, v. 33, n. 3, p. 205-209, 2006. Disponível em: <www.ifla.org/IV/ifla72/papers/102-Danskin-en.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2011.
- DAVIS, Ian. Talis, Web 2.0 and all that. **Internet Alchemy** blog, 4 jul. 2005. Disponível em: <<http://internettalchymy.org/2005/07/talis-web-20-and-all-that>>. Acesso em: 21 mai. 2009.
- DE LANGE, Ingmar. Sociale media 24/7 met een impactanalyse. **Frislicht**, 3 mar. 2011. Disponível em: <<http://blog.frislicht.com/2011/03/nieuw-sociale-media-247-met-een.html>>. Acesso em: 28 jan. 2013.
- DENHOLM, Carmel; KAULER, Leto; LAVELLE, Jan; SOKVITNE, Lloyd. **Library Hi Tech**, v. 27, n. 1, p. 13-29, 2009.
- DESSY, Blane. Federal librarians are trending and are future ready!. **SLA Future Ready 365**, 27 dez. 2011. Disponível em: <<http://futureready365.sla.org/12/27/federal-librarians-are-trending-and-are-future-ready/>>. Acesso em: 16 nov. 2013.
- DIAS, Cláudia A. Grupo focal: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas. **Informação e Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 10, n. 2, p. 1-12, 2000. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/330/252>>. Acesso em: 05 jul. 2013.
- DOBRECKY, Leticia P. Hacia la library 2.0: blogs, rss y wikis. **El Profesional de la Información**, v. 16, n. 2, p. 138-142, 2007.
- DOMÍNGUEZ AROCA, Maria I. La biblioteca universitaria ante el nuevo modelo de aprendizaje: docentes y bibliotecarios, aprendamos juntos porque trabajamos juntos. **Revista de Educación a Distancia**, Múrcia (España), v. 4, n. 4, p. 1-25, 2005. Disponível em: <<http://www.um.es/ead/red/M4/dominguez9.pdf>>. Acesso em: 13 jun. 2013.
- DONKAI, Saori; TOSHIMORI, Atsushi; MIZOUE, Chieko. Academic libraries as learning spaces in Japan: toward the development of learning commons. **The International Information & Library Review**, v. 43, n. 4, p. 215-220, 2011.
- DORA, Mallikarjun; MAHARANA, Bulu. A-Lib 2.0: New Avatar Academic Libraries with Web 2.0 Applications. In: INTERNATIONAL CONVENTION ON AUTOMATION OF LIBRARIES IN EDUCATION AND RESEARCH INSTITUTIONS, 6., 2008, Allahabad (India). **Proceedings...** Allahabad-India:University of Allahabad-India, 2008. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1944/1278>>. Acesso em: 02 jun. 2011.
- DRAPER, Lani; TURNAGE, Marthea. Blogmania: blog use in academic libraries. **New Media Society**, v. 13, n. 1, p. 15-55, 2008.
- DUFFY, Peter. Engaging the YouTube google-eyed generation: strategies for using Web 2.0 in teaching and learning. **Electronic Journal of e-Learning**, v. 6, n. 2, p. 119-130, 2008. Disponível em: <<http://www.ejel.org/issue/download.html?idArticle=64>>. Acesso em: 07 abr. 2013.
- DURAND, Thomas. L'alchimie de La compétence. **Revue Française de Gestion**, Paris, v. 160, p. 261-292, 2006. Disponível em: <http://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=RFG_160_026>. Acesso em: 16 ago. 2013.
- EFRON, Miles. Information search and retrieval in microblogs. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 62, n. 6, p. 996-1008, 2011.

EIRÃO, Thiago G.; CUNHA, Murilo B. Disseminação seletiva da informação: análise da literatura publicada no período de 1958-2012. **Informação & Sociedade: Estudos**. João Pessoa, v. 23, n.1, p. 39-47, jan./abr. 2012. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/15756/9262>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

EYSENBACH, Gunther. From intermediation to disintermediation to apomediation: new models for consumers to access and assess the credibility of health information in the age of Web 2.0. **Studies in Health Technology and Informatics**, v. 129, n. 1, p. 162-166, 2007.

_____. Medicine 2.0: Social Networking, Collaboration, Participation, Apomediation, and Openness. **Journal of Medical Internet Research**, v. 10, n. 3, 2008. Disponível em: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2626430/>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

ELTEMASI, Mahshid.; NAGHSHINEH, Nader; FOOLADI, Niusha Z. Communication with folksonomy in technical libraries. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCE AND HUMANITY, Singapore (Malay Peninsula), 2011. **Proceedings...** Singapore: IPDR, 2011. Disponível em: <<http://www.ipedr.com/vol5/no1/102-H10036.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

ENIS, Matt. Library websites adapt to smartphone growth. **The digital shift**, 26 jul. 2012. Disponível em: <<http://www.thedigitalshift.com/2012/07/mobile/library-websites-adapt-to-smartphone-growth/>>. Acesso em: 08 fev. 2013.

ERGOOD, Alyse; NEU, Rachael C.; STRUDWICK, Jane; BURKULE, Aditya; BOXEN, Jennifer. Five heads are better than one: the committee approach to identifying, assessing, and initializing emerging technologies. **Technical Services Quarterly**, v. 29, n. 2, p. 122-134, 2012.

ESPAÑA - CONSEJO DE COOPERACIÓN BIBLIOTECÁRIA. **Perfiles profesionales**. Madrid (España) : Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2013. Disponível em: <http://www.mcu.es/bibliotecas/docs/MC/ConsejoCb/GruposTrabajo/GT_Perfiles_prof/perfileslinforme2012.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2013.

ETEOKLEOUS, Nikleia. Developing youth's cultural and social skills through a social-virtual curriculum. **Multicultural Education & Technology Journal**, v. 5, n. 3, p. 221-238, 2011.

EVANS, Wood. **Building library 3.0** : issues in creating a culture of participation. Oxford-UK: Chandos Publishing, 2009. 188 p.

EXTREMEÑO, Ana; AMANTE, Maria J.; COSTA, Antonio F. La Universidad del siglo XXI: nueva docencia, nuevo bibliotecario. **Revista Española de Documentación Científica**, v. 36, n. 2, p. 1-7, 2013. Disponível em: <<http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/794>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

FACEBOOK BCE-UnB. 2013. Disponível em: <<https://www.facebook.com/unb.bce>>. Acesso em: 30 mai. 2013.

FAISAL, S. L. Blogs and online social networks as user centric service tools in academic libraries: an Indian library experience. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON ACADEMIC LIBRARIES, 2009, Delhi (India). **Proceedings...** Delhi : Delhi University, 2009. Disponível em: <http://crl.du.ac.in/ical09/papers/index_files/ical-83_162_349_1_RV.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2012.

FALLIS, Don. Toward an epistemology of Wikipedia. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 59, n. 10, p. 1662-1674, 2008.

- FANG, Hu; LI, Xiong. Web 2.0 application in subject services of high school libraries. **Information Technology Journal**, v. 12, n. 3, p. 458-461, 2013.
- FARKAS, Meredith. **Social software in libraries: building collaboration, communication, and community online**. New Jersey : Information Today, 2007.
- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA. Hábitos de lectura y compra de libros en España 2012. **Federacioneditores.org**, 2013. Disponível em: <http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/HabitosLecturaCompraLibros2012E SP_310113_1.pdf>. Acesso em: 20 out. 2013.
- FENG, Alexander. Corporate librarian 2.0: new core competencies. In: SPECIAL LIBRARIES ASSOCIATION-PHARMACEUTICAL & HEALTH TECHNOLOGY DIVISION, ANNUAL MEETING, 2006, Baltimore-Maryland (USA). **Proceedings...** Baltimore : Special Libraries Association, 2006. Disponível em: <http://units.sla.org/division/dpht/division_info/travel-presentations/feng_essay.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2013.
- FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ, Cecília. La universidad española y sus bibliotecas. **Boletín de la ANABAD**, v. 40, n. 2/3, p. 57-64, 1990. Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/969126.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2013.
- FERNÁNDEZ, Óscar R. **Community manager: conviérte en expert en “social media”**. Madrid : Anaya Multimedia, 2011.
- FERREIRA, Sueli M. S. P.; VIEIRA JUNIOR, Nilson C. Análise das interfaces de navegação e busca de informação nas bibliotecas digitais federadas de teses e dissertações: um estudo de caso na área de ciências da comunicação. In: SEMINÁRIO NACIONAL BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 15. SNBU, 2008, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo : USP, 2008.
- FERREIRA, Rômulo N.; DUQUE, Claudio G. Uma proposta para a classificação de gêneros de *weblogs* brasileiros. In: CONGRESSO DE LEITURA DO BRASIL-COLE, 16., 2007, Campinas-SP. **Anais...** Campinas- SP: ALB; UNICAMP, 2007.
- FLEISHMAN, Glenn. Been “Blogging”? web discourse hits higher level. **Seattle Times**, 2001. Disponível em: <<http://community.seattletimes.nwsourc.com/archive/?date=20010401&slug=ptblog01>>. Acesso em: 20 mar. 2012.
- FLEURY, Maria.T. L.; FLEURY, Afonso. Construindo o conceito de competências. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 5, n. especial, p. 183-196, 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v5nspe/v5nspe10.pdf>>. Acesso em: 16 ago. 2013.
- FOO, Schubert; NG, Judy. Library 2.0, libraries and library school. In: LIBRARY ASSOCIATION OF SINGAPORE CONFERENCE, 2008, Singapore (Malay Peninsula). **Proceedings...** Singapore (Malay Peninsula) : Library Association of Singapore, 2008. p.1-12. Disponível em: <http://www.las.org.sg/pa_sfjn.pdf >. Acesso em: 09 abr. 2011.
- FUMERO, Antonio; GARCIA-HERVÁS, José-Miguel. Redes sociales: contextualización del fenómeno dos-punto-cero. **Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación**, n. 76, 2008. Disponível em: <<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=3&rev=76.htm>>. Acesso em: 02 abr. 2012.

FUNDACIÓN TELEFÓNICA. **La Sociedad de la Información en España 2012**. Madrid (España) : Editorial Ariel, 2013. 187 p. Disponible em: <http://www.fundacion.telefonica.com/es/que_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/176>. Acceso em: 25 jul. 2013.

FURNIVAL, Ariadne C.; GRACIOSO, Luciana S. M-libraries e information commons: novos espaços, novas práticas. **Revista Geminis**, Ano 2, n. 1, p. 86-105, 2011.

FURUKAWA, Tadanobu; MATSUZAWA, Tomofumi; MATSUO, Yutaka; UCHIYAMA, Koki; TAKEDA, Masayuki. Analysis of user relations and reading activity in weblogs. **Electronics & Communications in Japan, Part 1: Communications**, v. 89, n. 12, p. 88-96, 2006.

GARCIA-DE-TORRES, Elvira. Contenido generado por el usuario: aproximación al estado de la cuestión. **El profesional de la información**, v. 19, n. 6, p. 585-594, 2010.

GARCIA-GIMÉNEZ, DANIEL. Códigos QR: ampliación de las bibliotecas públicas hacia espacios virtuales. **Mi Biblioteca: La Revista del Mundo Bibliotecario**, [s.v.], n. 32, p. 32-36, 2013. Disponible em: <<http://www.alonsoquijano.org/mibiblioteca/contenido/sites/default/files/B.P%C3%BAblica%20c%C3%B3digo%20QR%20MB%2032.pdf>>. Acceso em: 10 out. 2013.

_____. Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas. **Bid textos universitaris de biblioteconomía i documentació**, [s.v.], n. 24, 2010. Disponible em: <<http://bid.ub.edu/24/garcia2.htm>>. Acceso em: 29 abr. 2013.

GARCÍA-RIVADULLA, Sandra. Actitud 2.0 : usos de la web social en las bibliotecas universitarias uruguayas. **Eprints.org**, 2010. Disponible em: <<http://eprints.rclis.org/handle/10760/13978>>. Acceso em: 30 set. 2013.

_____. **Percepción 2.0**: las bibliotecas universitarias uruguayas en la web social desde el punto de vista del usuario. 2013. 64 p. (Master universitario en bibliotecas y servicios de información digital), Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación, Universidad Carlos III de Madrid. Madrid (España), 2013. Disponible em: <http://eprints.rclis.org/20086/1/Percepcion2.0_SandraGarciaRivadulla.pdf>. Acceso em: 30 set. 2013.

GARDNER, Susan; ENG, Susanna. What students want: Generation Y and the changing function of the Academic Library. **Libraries and the Academy**, v. 5, n. 3, p. 405-420, 2005.

GARITA-ARAYA, Raúl A. Tecnología móvil: desarrollo de sistemas y aplicaciones para las Unidades de Información. **E-Ciencias de la Información**, v. 3, n. 2, p. 1-14, 2013. Disponible em: <<http://revistaebci.ucr.ac.cr/volumenes/3/3-2/3-2-2/3-2-2.html>>. Acceso em: 10 out. 2013.

GARTON, Laura; HAYTHORNTHWAITE, Caroline.; WELLMAN, Barry. Studying online social networks. **Journal of Computer Mediated Communication**, v. 31, n. 4, 1997.

GASAWAY, Laura N. Libraries, digital content and copyright. **Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law**, v. 12, n. 4, p. 755-778, 2010.

GEROLIMOS, Michalis. Academic Libraries on Facebook: an analysis of users' comments. **D-Lib Magazine**, v. 17, n. 11/12, 2011. Disponible em: <<http://www.dlib.org/dlib/november11/gerolimos/11gerolimos.print.html>>. Acceso em: 04 nov. 2013.

_____. Services for Academic Libraries in the New Era. **D-Lib Magazine**, v. 17, n. 7/8, 2011. Disponível em: <<http://webdoc.sub.gwdg.de/edoc/aw/d-lib/dlib/july11/gerolimos/07gerolimos.print.html>>. Acesso em: 04 nov. 2013.

GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo : Atlas, 1999.

GIUSTINI, Dean. Top ten (10) social media competencies for librarians. **University of British Columbia Blogs**, 26 jun. 2010. Disponível em: <<http://blogs.ubc.ca/dean/2010/07/top-ten-10-social-media-competencies-for-librarians/>>. Acesso em: 22 fev. 2013.

GIZMODO. 10 Google Reader alternatives that will ease your RSS pain. **Gizmodo.com**, 2013. Disponível em: <<http://gizmodo.com/10-google-reader-alternatives-that-will-ease-your-rss-p-5990540>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

GODOY, Daniela; AMANDI, Analia. User profiling in personal information agents: a survey. **Knowledge Engineering Review**, v. 20, n. 4, p. 329-361, 2005.

GOLDER, Scott.; HUBERMAN, Bernardo A. The structure of collaborative tagging systems. **HPL Technical Report**, 2005. Disponível em: <<http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/tags/tags.pdf>>. Acesso em: 01 abr. 2011.

GOMES, Eunice S. L. **A arte de pesquisar**. João Pessoa : [s. ed.], 2004.

GÓMEZ, Roser, LÓPEZ, Marta; ROVIRA, Anna. A new type of library for the new European Space for Education: UPC's learning and research resources centre. In: INTERNATIONAL ASSOCIATION OF SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL UNIVERSITY LIBRARIES, IATUL, 2003, Ankara (Turkey). **Conference Proceedings...** Ankara : IATUL, 2003. Disponível em: <http://www.iatul.org/doclibrary/public/Conf_Proceedings/2003/GOMEZ_fulltext.pdf>. Acesso em: 03 mai. 2013.

GÓMEZ AGUILAR, Marisol; ROSES, Sergio; FARIAS BATLLE, Pedro. El uso académico de las redes sociales en universitarios. **Comunicar Revista Científica de Educomunicación**, v. 19, n. 38, p. 131-138, 2012. Disponível em: <<http://recyt.fecyt.es/index.php/comunicar/article/viewArticle/15814>>. Acesso em: 15 set. 2013.

GÓMEZ GÓMEZ, Antonio A. El futuro de las bibliotecas y el libro. In: JORNADAS DE BIBLIOTECAS DE EXTREMADURA: cooperación entre bibliotecas escolares y públicas, 1., 2012, Mérida (España). **Anais...** Mérida : Gobierno de Extremadura, 2012. Disponível em: <<http://prezi.com/xsmlsu8qsvip/el-futuro-de-las-bibliotecas-y-el-libro-electronico/>>. Acesso em: 17 out. 2013.

GÓMEZ HERNANDEZ, José A. Adaptación y reacciones del sector bibliotecario a la crisis de presupuestos públicos para Cultura. **Notas ThinkEPI 2013**, 15 jan. 2013. Disponível em: <<http://www.thinkepi.net/adaptacion-reacciones-sector-bibliotecario-crisis-presupuestos-publicos-cultura>>. Acesso em: 20 out. 2013.

GONDIM, Sônia M. G. Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos. **Paidéia**, v. 12, n. 24, p. 149-161, 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v12n24/04.pdf>>. Acesso em: 05 jul. 2013.

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves. Los perfiles profesionales que tenemos y los que se demandan. **Bibliotecarios 2.0**. 25 fev. 2013. Disponível em: <<http://www.nievesglez.com/2013/02/los-perfiles-profesionales-que-tenemos.html>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

_____. **CRAI / ALFIN**: bibliotecas universitarias ayer y hoy. Slideshare.net, 09 mai. 2011. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/nievesglez/crais-alfin-ayer-y-hoy>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

_____; MENÉNDEZ-NOVOA, José L.; SEOANE GARCÍA, Catuxa; MILLÁN FERNANDEZ, María E. Revisión y propuesta de indicadores (KPI) de la biblioteca en los medios sociales. **Revista Española de Documentación Científica**, v. 36, n. 1, p. 1-14, 2013.

GONZÁLEZ-GUITIÁN, Maria V.; MOLINA-PIÑEIRO, Maricela. Las bibliotecas universitarias: breve aproximación a sus nuevos escenarios y retos. **Acimed**, v. 18, n. 2, p. 1-23, 2008. Disponível em: <<http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v18n2/aci02808.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2013.

GOODFELLOW, Tom; GRAHAM, Sarah. The blog as a high-impact institutional communication tool. **Electronic Library**, v. 25, n. 4, p. 395-400, 2007.

GOUVÊA, Cleber; LOH, Stanley; GARCIA, Luís F. F. Tags coletivas: analisando padrões de uso para o suporte a sistemas de folksonomia. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO SOBRE FATORES HUMANOS EM SISTEMAS COMPUTACIONAIS, 8. IHC, 2008, Porto Alegre-RS. **Anais... 8. IHC**. Porto Alegre : Sociedade Brasileira de Computação, 2008. Disponível em: <http://www.inf.pucrs.br/ihc2008/pt-br/assets/files/Tags_Coletivas_Analisando_Padrees_de_Uso.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2013.

GRANDE-GONZÁLEZ, Pilar; DE-LA-FUENTE-REDONDO, Pablo. Bibliotecas universitarias españolas en la web social. **El profesional de la información**, v. 21, n. 6, p. 577-584, 2012. Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/18407/>>. Acesso em: 20 jul. 2013.

GREENSLADE, Roy. Huffington Post ends commenter anonymity. **The Guardian**, 22 ago. 2013. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/media/greenslade/2013/aug/22/huffington-post-ariannahuffington>>. Acesso em: 28 out. 2013.

GRIFFITHS, José-Marie; KING, Donald W. **New directions in library and information science education**. Westport- Connecticut (USA) : Greenwood Press. 1986. 467 p.

GROSSINCKLE, Joshua. RSS: crossing the mainstream. **Ascendant Consortium**, 2005. Disponível em: <http://www.ascendantconsortium.com/documents/documents/Podcast_whitePaper1004%5B1%5D.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2013.

GUEDES, Roger M.; SOUZA, Renato R. Navegando entre nuvens de etiquetas: uma proposta de utilização da *tag clouds* em catálogos eletrônicos de bibliotecas. **Ponto de Acesso** (UFBA), v. 2, n. 3, p. 2-13, 2008. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/3186>>. Acesso em: 16 mai. 2011.

HABIB, Michael. **Toward Academic Library 2.0**: development and application of a Library 2.0 methodology. 2006. 49 f. Dissertação (Master of Science in Library Science), Universidade da Carolina do Norte em Chapel Hill, 2006. Disponível em: <<http://mchabib.com/masterspaper.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

HAHN, Jim. Mobile learning for the twenty-first century librarian. **Reference Services Review**, v. 36, n. 3, p. 272-288, 2008.

HAMMOND, Sarah. Public Library 2.0: culture change?. **Ariadne**, n. 64, 2010. Disponível em: <<http://www.ariadne.ac.uk/issue64/hammond/>>. Acesso em: 28 mar. 2013.

- HAMPTON, Keith N.; GOULET, Lauren S.; RAINIE, Lee; PURCELL, Kristen. **Social networking sites and our lives**: how people's trust, personal relationships, and civic and political involvement are connected to their use of social networking sites and other technologies. Washington, D.C. (USA) : Pew Research Center's Internet & American Life Project. 16 Jun. 2011. Disponível em: <<http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx>>. Acesso em: 25 jul. 2013.
- HAN, Zhiping; QUAN-LIU, Yan. Web 2.0 applications in top Chinese university libraries. **Library hi tech**, v. 28, n. 1, p. 41-62, 2010.
- HANSEN, Kirsten; NOWLAN, Gillian; WINTER, Christina. Pinterest as a tool: applications in academic libraries and higher education. **Partnership : the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research**, v. 7, n. 2, p. 1-11, 2012. Disponível em: <<https://journal.lib.uoguelph.ca/index.php/perj/article/view/2011/2630>>. Acesso em: 15 jul. 2013.
- HENDRIX, Dean; CHIARELLA, Deborah; HASMAN, Linda; MURPHY, Sharon; ZAFRON, Michelle L. Use of Facebook in academic health sciences libraries. **Journal of the Medical Library Association**, v. 97, n. 1, p. 43-46, 2009.
- HENNEPIN COUNTY LIBRARY. Disponível em: <<http://www.hclib.org/>> . Acesso em: 05 mar. 2013.
- HERMAN, Sonia. SMS reference: keeping up with your clients. **The Electronic Library**, v. 25, n. 4, p. 401-408, 2007.
- HERRERA VARELA, Ricardo. Bibliotecas Públicas, incorporando nuevos servicios : el caso de las bitácoras institucionales, 2005. **Pez de Plata : Bibliotecas Públicas a la Vanguardia. Colectivo Pez de Plata**, n. 5, p. 1-13, 2005. Disponível em:<<http://hdl.handle.net/10760/7047>>. Acesso em: 18 set. 2013
- HERRING, Susan C.; KOUPER, Inna; SCHEIDT, Lois A.; WRIGHT, Elijah L. **Women and children last**: the discursive construction of weblogs. Indiana: Indiana University, 2004. Disponível em: <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html>. Acesso em: 18 mar. 2013.
- HICKS, Alison; GRABER, Alison. Shifting paradigms: teaching, learning and Web 2.0. **Reference Services Review**, v. 38, n. 4, p. 621-633, 2010.
- HUBA, Jackie. The social engagement journey. **Jackiehuba.com**, 8 dez. 2010. Disponível em: <<http://jackiehuba.com/2010/12/the-social-engagement-journey.html>>. Acesso em: 28 jan. 2013.
- HUGUES-HASSEL, Sandra; MILLER, Erika T. Las páginas web de bibliotecas públicas dirigidas a adolescentes: como satisfacer las necesidades de los jóvenes de hoy a través de internet. **Anales de documentación**, v. 16, n. 9, p. 209-224. 2006.
- HUIJSER, Henk. Exploring the educational potential of social networking sites: the fine line between exploiting opportunities and unwelcome imposition. **Studies in Learning, Evaluation, Innovation and Development**, v. 5, n. 3, p. 45-54, 2008. Disponível em: <<http://sleid.cqu.edu.au>>. Acesso em: 06 abr. 2013.
- HUMPHREYS, Lee. Mobile social networks and social practice: a case study of Dodgeball. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 341-360, 2007.
- IBAÑEZ-HERNÁNDEZ, Rafael. Re-inventando la biblioteca, re-creando la ciudad. In: CONGRESO NACIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS / EUROPEANA CONFERENCE.

Bibliotecas Públicas: Memoria individual, patrimonio global, VI, 2012, Burgos (España). **Anais...**, Burgos : Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2012. Disponível em: <<http://www.mcu.es/bibliotecas/MC/2012/CongresoBP/programa.html>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

INDEPENDENT. Google Reader closes, leading to scramble for RSS success. **The Independent Gadgets & Tech**, 01 jul. 2013. Disponível em: <<http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/google-reader-closes-leading-to-scramble-for-rss-success-8681628.html>>. Acesso em: 18 jul. 2013.

INDVIK, Lauren. What people are pinning on Pinterest. **Mashable.com**, 12 mar. 2012. Disponível em: <<http://mashable.com/2012/03/12/pinterest-most-popular-categories-boards/>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

INGLES, Ernie; DE LONG, Kathleen; HUMPHREY, Chuck; SIVAK, Allison. **The future of human resources in canadian libraries**. University of Alberta, Alberta. 2005. Disponível em: <<http://www.ls.ualberta.ca/8rs/8RsFutureofHRLibraries.pdf>>. Acesso em 16 ago. 2013.

ISHIDA, Gabriel. Mensurando influência no Twitter: o índice Klout. DP6 Blog. Maio 2011. Disponível em: <<http://www.dp6.com.br/mensurando-influencia-no-twitter-o-indice-klout>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

JAOKAR, Ajit; FISH, Tony. **Mobile Web 2.0: the innovator's guide to developing and marketing next generation wireless/mobile applications**. Londres: Futuretext, 2006. ISBN 0-9544327-6-2.

JAYASURIYA, H. Kumar P.; BRILLANTINE, Frances M. Student services in the 21st century: evolution and innovation in discovering student needs, teaching information literacy, and designing library 2.0-based student services. **Legal Reference Services Quarterly**, v. 26, n. 1/2, p. 135-170, 2007.

JOHNSON, Mikael. User involvement, social media, and service evolution: the case of Habbo. **In: HAWAII INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM SCIENCES**. 43., 2010, Kauai-Hawaii (USA). **Proceedings...** Kauai- Hawaii (USA) : University of Hawaii at Manoa, 2010. Disponível em: <http://www.hicss.hawaii.edu/hicss_43/43_Schedule.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2011.

JOHNSON, Zac. **State of the blogging world in 2012**. 25 jul. 2012. Disponível em: <<http://www.blogworld.com/2012/07/25/state-of-the-blogging-world-in-2012/>>. Acesso em: 20 mai. 2013.

JOINT, Nicholas. The Web 2.0 challenge to libraries. **Library Review**, v. 58, n. 3, p. 167-175, 2009.

JUARÉZ URQUIJO, Fernando. La biblioteca pública, un usuario más de la Web 2.0. In: **CONGRESO NACIONAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS**, 3., 2006, Murcia (España). **Actas...** Madrid : Ministerio de Cultura, Subdirección General de Información y Publicación, 2006. Disponível em: <eprints.rclis.org/3803/>. Acesso em: 10 set. 2013.

JURVANEN, Inkeri. Hämeenlinna Library 2.0. Your library. **Scandinavian Public Library Quarterly**, v. 41, n. 2, 2008. Disponível em: <<http://slq.nu/?article=finland-hameenlinna-library-2-0-your-library>>. Acesso em: 23 mar. 2013.

KANTER, Beth; FINE, Allison H. **Mídias Sociais transformadoras: ação e mudança no terceiro setor**. São Paulo : Évora, 2011. 240 p.

KAUFMAN, Paula; WATSTEIN, Sarah B. Library value (return on investment, ROI) and the challenge of placing a value on public services. **Reference Services Review**, v. 36, n. 3, p. 226-231, 2008.

KELLY, Brian; BEVAN, Paul; AKERMAN, Richard; ALCOCK, Jo; FRASER, Josie. Library 2.0: balancing the risks and benefits to maximise the dividends. **Program: electronic library and information systems**, v. 43, n. 3, p. 311-327, 2009.

KING, David L. Basic competencies of a 2.0 librarian, take 2. 11 jul. 2007. Disponível em: <http://www.davidleeking.com/2007/07/11/basic-competencies-of-a-20-librarian-take-2/#.USfMRaWTx_c>. Acesso em: 22 fev. 2013.

KLOUT. What happened to Klout styles?. Your Klout account. **Klout.com**, 04 dez . 2012. Disponível em: <<http://support.klout.com/customer/portal/articles/679180-what-happened-to-klout-styles->>. Acesso em: 16 mar. 2013.

KRAJEWSKI, Pascal. OPAC social ou OPAC 2.0. **Des Bibliothèques 2.0**, 29 nov. 2006. Disponível em: <<http://bibliotheque20.wordpress.com/2006/11/29/opac-social-ou-opac-20/>>. Acesso em: 10 set. 2013.

KROSKI, Ellyssa. **Web 2.0 for librarians and information professionals**. New York (USA) : Neal-Schuman Publishers, 2008. 209 p.

_____. On the move with the mobile web: libraries and mobile technologies. **Library technology reports**, v. 44, n. 5, p. 1-48, jul. 2008. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/12463/1/mobile_web_ltr.pdf>. Acesso em: 06 fev. 2013.

KWANYA, Tom. STILWELL, Christine ; UNDERWOOD, Peter G. Library 2.0 versus other library service models: a critical analysis. **Journal of Librarianship and Information Science**, v. 44, n. 3, p. 145-162, 2012.

_____. Intelligent libraries and apomediators: Distinguishing between Library 3.0 and Library 2.0. **Journal of Librarianship and Information Science**, v. 45, n. 3, p.187-197, 2013.

LAKATOS, Eva M.; MARCONI, Marina A. **Metodologia científica**. 3 ed. São Paulo : Atlas, 2000.

_____. **Fundamentos de metodologia científica**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LANCASTER, Frederick W. **Avaliação de serviços de bibliotecas**. Brasília : Briquet de Lemos, 2004. 356 p.

LASSO DE LA VEGA, J. **Cómo se hace una tesis doctoral o manual de técnica de la documentación científica y bibliográfica**. San Sebastián (España) : Internacional, 1947.

_____. **Manual de documentación: las técnicas para la investigación y redacción de los trabajos científicos y de ingeniería**. Barcelona (España) : Labor, 1969.

LAUGHTON, Paul. The use of wikis as alternatives to learning content management systems. **The Electronic Library**, v. 29, n. 2, p. 225-235, 2011.

LE COADIC, Yves- François. **A Ciência da Informação**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2004.

LEITÃO, Paulo J. A revolução RSS e as bibliotecas. In: CONGRESSO NACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS ARQUIVISTAS E DOCUMENTALISTAS, 10. Congresso BAD, 2010,

- Guimarães (Portugal). **Anais...** Guimarães (Portugal) : BAD - Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas, 2010. Disponível em: <<http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/188>>. Acesso em: 10 out. 2013.
- LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 2000.
- LI, Charlene; BERNOFF, Josh. **Groundswell: winning in a world transformed by social technologies**. Boston (USA) : Harvard Business Review Press, 2011. 332 p.
- LI, Si; RUOYAO, Shi; BIJUAN, Chen. An investigation and analysis of the application of web 2.0 in Chinese university libraries. **The electronic library**, v. 29, n. 5, p. 651-668, 2011.
- LIBRARYTHING. Disponível em: <<http://br.librarything.com/>>. Acesso em: 05 mar. 2013.
- LINH, Nguyen-Cuong. A survey of the application of web 2.0 in Australasian university libraries. **Library hi tech**, v. 26, n. 4, p. 630-653, 2008.
- LIPPINCOTT, Joan K. New library facilities: opportunities for collaboration. **Resource Sharing & Information Networks**, v. 17, n. 1/2, p. 147-157, 2004.
- _____. Mobile technologies, mobile users: implications for academic libraries. **ARL: a Bimonthly Report**, n. 261, p. 1-4, 2008. Disponível em: <<http://www.arl.org/storage/documents/publications/arl-br-261.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2013.
- LITTLE, Geoffrey. The revolution will be streamed online: academic libraries and video, **Journal of Academic Librarianship**, v. 37, n. 1, p. 70-72. 2011.
- LIU, Shu. Engaging users: the future of academic library web sites. **College & Research Libraries**, v. 69, n. 1, p. 6-27, 2008. Disponível em: <<http://crl.acrl.org/content/69/1/6.abstract>>. Acesso em: 20 jul. 2013.
- LLORET-ROMERO, Nuria. ROI. Measuring the social media return on investment in a library. **Bottom Line: Managing Library Finances**, v. 24, n. 2, p. 145-151, 2011.
- LÓPEZ HERNÁNDEZ, Francisco; PENADÉS DE LA CRUZ, Honorio. 365 días de libros: blog para la promoción de la lectura. **El profesional de la información**, v. 16, n. 2, p. 131-133, 2007.
- LÓPEZ YEPES, José. **La Documentación como disciplina: teoría e historia**. 2. ed. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA), 1995. 337 p. Segunda edição atualizada e ampliada de: Teoría de la Documentación. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA), 1978.
- LOZANO, Roser. Biblioteca 2.0: ¿revolución o nuevo maquillaje para viejas formas de hacer?. **Notas ThinkEPI**, 2009. Disponível em: <<http://www.thinkepi.net/biblioteca-20-¿revolucion-o-nuevo-maquillaje-para-viejas-formas-de-hacer>>. Acesso em: 30 ago. 2013.
- LÜCK, Ester. H.; MOTTA, Jandira S. T.; SOUZA, Clarice M.; SAMPAIO, Maria P. F.; RODRIGUES, Mara E. F. A biblioteca universitária e as diretrizes curriculares do ensino de graduação. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 11. SNBU, 2000, Florianópolis-SC. **Anais...** Florianópolis : UFSC-BU, 2000.
- LUO, Lili. Professional preparation for "text a librarian": what are the requisite competencies? **Reference & User Services Quarterly**, v. 52, n. 1, p. 44-52, 2012.

LUYT, Brendan; ALLY, Yasmin; LOW, Nur Hakim; ISMAIL, Norah B. Librarian perception of Wikipedia: threats or opportunities for librarianship?. **Libri**, v. 60, n. 1, p. 57-64, 2010.

LUYT, Brendam; TAN, Daniel. Improving Wikipedia's credibility: references and citations in a sample of history articles. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 61, p. 715-722, 2010.

MACIEL, Leila M. B.; FELIZARDO, Zildenir S.; VIEIRA, David V. Blogs em bibliotecas: uma visão geral sobre o presente e perspectivas futuras do seu uso no serviço de informação. In: PROGRAMA ESPECIAL EM ÉTICA NA PESQUISA, 2., 2008, Juazeiro do Norte. **Anais...** Juazeiro do Norte: UFC-Cariri, 2008. 1 CD-ROM.

MACHADO, Helder R.; AMADOR, Maria D.; OTELO, Paula O. A referência online nas bibliotecas de ensino superior: o portal Arquitectura do Saber. CONGRESSO NACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS ARQUIVISTAS E DOCUMENTALISTAS, 10. Congresso BAD, 2010, Guimarães (Portugal). **Anais...** Guimarães (Portugal) : BAD - Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas, 2010. Disponível em: <<http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/212/207>>. Acesso em: 29 abr. 2013.

MACK, Daniel; BEHLER, Anne; ROBERTS, Beth; RIMLAND, Emily. Reaching students with Facebook: data and best practices. **Electronic Journal of Academic and Special Librarianship**, v. 8, n. 2, 2007.

MACKEE DE MAURIAL, Nelly. Los centros de recursos para el aprendizaje y la investigación: CRAI. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS, 12., 2005, Guadalajara (Mexico). **Actas...** Guadalajara : Universidad de Guadalajara, 2005. Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/9167/>>. Acesso em: 14 jun. 2013.

MACKEY, Thomas P. ; JACOBSON, Trudi E. Reframing information literacy as a metaliteracy. **College & Research Libraries**, v. 72, n. 1, p. 62-78, 2011. Disponível em: <<http://crl.acrl.org/content/72/1/62>>. Acesso em: 17 set. 2013.

MACMANUS, Richard. RSS reader market in disarray, continues to decline. **Readwrite.com**, 2009. Disponível <http://www.readwriteweb.com/archives/rss_reader_market_in_disarray.php>. Acesso em: 10 jul. 2013.

MADDEN, Mary. Teens haven't abandoned Facebook (yet). **Pew Research Center**, 15 ago. 2013. Disponível em: <<http://pewinternet.org/Commentary/2013/August/Teens-Havent-Abandoned-Facebook-Yet.aspx>>. Acesso em: 30 out. 2013.

MAHMOOD, Khalid; RICHARDSON, John V. Adoption of web 2.0 in US academic libraries: a survey of ARL library websites. **Program: electronic library and information systems**, v. 45, n. 4, p. 365-375, 2011.

MALIZIA, Alessio; DE ANGELI, Antonella; LEVIALDI, Stefano. Human perception through collaborative semantics. **International Journal of Social and Humanistic Computing**, v. 1, n. 1, p. 97-107, 2008.

MANESS, Jack M. Teoria da biblioteca 2.0: web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Informação & Sociedade: Estudos**. João Pessoa, v. 17, n. 1, p. 43-51, jan./ abr., 2007. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/831>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

MANIEGA-LEGARDA, David. Opac 2.0: el futuro dentro de una realidad tangible. **Anuario ThinkEPI**, [s.v.], n. 1, p. 41-45. 2008. Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3190870>>. Acesso em: 05 jun. 2013.

MANTOVANI, Camila M. C. A. ; MOURA, Maria A. Informação e tecnologias móveis: discursos e práticas em movimentos. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 13. ENANCIB, 2012, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro : UNIRIO, 2012. 1 CD-ROM

MARCONI, Marina A. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 3 ed. São Paulo : Atlas, 2007.

MARGAIX-ARNAL, Didac. El OPAC Social el catálogo en la Biblioteca 2.0: aplicación posibilidades y en las bibliotecas universitarias. In: JORNADAS ESPAÑOLAS DE DOCUMENTACIÓN, 10. FESABID, 2007, Santiago de Compostela (España). **Actas...** Madrid : FESABID, 2007. Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/10195/>>. Acesso em: 29 set. 2013.

_____. El Opac 2.0: las tecnologías de la Web 2.0 aplicadas a los catálogos bibliográficos. In: WORKSHOP E-CONTENTS : CONTENIDOS Y ASPECTOS LEGALES EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN, 6. CALSI, 2007, Valencia (España). **Actas...** Valencia : Universitat Politecnica de Valencia, 2007. p. 215-238. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/calsi/el-opac-20las-tecnologas-de-la-web-20-aplicadas-a-los-catlogos-bibliograficos>>. Acesso em: 29 set. 2013.

_____. Las bibliotecas universitarias y Facebook : cómo y por qué estar presentes. **El Profesional de la Información**, v. 17, n. 6, p. 589-601, 2008 . Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/12568/>>. Acesso em: 12 abr. 2013.

MARQUINA, Julian. **La figura del Community Manager en las bibliotecas**. Julianmarquina.es, 15 nov. 2010. Disponível em: <<http://www.julianmarquina.es/figura-community-manager-bibliotecas>>. Acesso em: 22 fev. 2013.

_____. ¿Mi unidad de información debe estar en los medios sociales?. **Comunidad 2.0 Sedic Monitorización y evaluación en medios sociales**, 04 fev. 2011. Disponível em: <<http://comunidad20.sedic.es/?p=371>>. Acesso em: 29 jan. 2013.

_____. La #biblioteca, por fin, es trending topic mundial en Twitter. **Julianmarquina.es**. 13 ago. 2013. Disponível em: <<http://www.julianmarquina.es/la-biblioteca-por-fin-es-trending-topic-mundial-en-twitter/>>. Acesso em: 28 out. 2013.

_____. Informe Apei sobre Bibliotecas ante el siglo XXI: nuevos medios y caminos. **Informe Apei**, [s.v.], n. 8, 2013. 170p. Disponível em: <<http://www.apei.es/informes/InformeAPEI-BibliotecasSigloXXI.pdf>>. Acesso em 20 out. 2013.

MARCHITELLI, Andrea; PIAZZINI, Tessa. OPAC, SOPAC e social networking: cataloghi di biblioteca 2.0?. **Biblioteche oggi**, v. 26, n. 5, p. 82-92, 2008. Disponível em: <<http://www.bibliotecheoggi.it/content/20080208201.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2013.

MARTÍNEZ, Didac. El centro de recursos para el aprendizaje e investigación: un novo modelo de biblioteca para el siglo XXI. **Educación y Biblioteca**, v. 16, n. 144, p. 98-108, 2004.

MARTÍNEZ GALLARDO, Juan C. Informe del estado de las redes sociales en las universidades españolas. **Blog Juan Carlos Martínez**, 10 set. 2013. Disponível em:

<<http://juancarlosmartinezhuelva.blogspot.com.es/2013/09/informe-del-estado-de-las-redes.html>>. Acesso em: 15 set. 2013.

MARTINS, Gilberto A.; THEÓPHILO, Carlos R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007. 225 p.

MARTY, Paul F.; KAZMER, Michelle M. An introduction to involving users. **Library Trends**, v. 59, n. 4, p. 563-567, 2011.

MARZAL, Miguel A. La irresistible ascensión del CRAI en Universidad. **Ponto de Acesso**, 2 jul. 2008. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/2667/1883>>. Acesso em: 05 fev. 2013.

MASON, Patrick. Social Marketing - an engagement framework. **Socialmedia404.com**, 22 mai. 2008. Disponível em: <<http://www.socialmedia404.com/?p=100>>. Acesso em: 29 jan. 2013.

MATHEWS, Janie M.; PARDUE, Harold. The presence of IT skill sets in librarian position announcements. **College & Research Libraries**, v. 70, n. 3, p. 250-257, 2009. Disponível em: <<http://crl.acrl.org/content/70/3/250.full.pdf+html>>. Acesso em: 30 jan. 2013.

MAZZOCCHI, Juliana. Italian library blogs: a difficult trend to follow?. **International Information & Library Review**, v. 43, n. 2, p. 99-109, 2011.

MCCLARY, Tiffany. Foursquare for public libraries. **Blog New Jersey State Library**, 21 fev. 2012. Disponível em: <http://marketing.njstatelib.org/blogs/2012/feb/21/tmcclary/foursquare_for_public_libraries>. Acesso em: 08 fev. 2013.

_____. Tips for creating your public library's social media policy. **Blog New Jersey State Library**, 19 abr. 2012. Disponível em: <http://marketing.njstatelib.org/blog/2012/apr/19/tmcclary/tips_for_creating_your_public_library_social_media_p>. Acesso em: 26 fev. 2013.

MCDANIEL, Clay. 3 key metrics to measure social media success. **Blog Search Engine Watch**, 30 mai. 2011. Disponível em: <<http://searchenginewatch.com/article/2073592/3-Key-Metrics-To-Measure-Social-Media-Success>>. Acesso em: 14 fev. 2013.

MCDERMOTT, Irene E. Pinterest for libraries. **Searcher, the magazine for Database Professionals**, v. 20, n. 4, p. 7-9, 2012. Disponível em: <<http://www.infotoday.com/searcher/may12/index.shtml>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

MCDONNELL, Michael; SHIRI, Ali. Social search: a taxonomy of, and a user-centred approach to, social web search. **Program: electronic library and information systems**, v. 45, n. 1, p. 6-28, 2011.

MCEWEN, Rondha; SCHEAFFER, Kathleen. How mobile phones challenge our understandings of collaboration in hybridized information centers. **Library & Information Science Research**, v. 34, n. 2, p. 92-98, 2012.

MCINTYRE, Alison; NICOLLE, Janette. Biblioblogging: blogs for library communication. **Electronic Library**, v. 26, n. 5, p. 683-694, 2008.

MEIRELLES, Junia Cristina J. P.; MOURA, Mônica. Web 2.0: novos paradigmas projetuais e informacionais. **InfoDesign Revista Brasileira de Design da Informação**, v. 4, n. 2, p. 12-19,

2007. Disponível em: <http://www.infodesign.org.br/conteudo/artigos/34/ing/versao_final.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2013.

MEME. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida : Wikimedia Foundation, 2012. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Memes_de_Internet>. Acesso em: 02 abr. 2013.

MERCUN, Tanja; ZUMER, Maja. New generation of catalogues for the new generation of users: a comparison of six library catalogues. **Program: electronic library and information systems**, v. 42, n. 3, p. 243-261, 2008.

MESSNER, Kate. Very pinteresting! a new social network that's a virtual bulletin board is taking educators by storm. **School Library Journal**, v. 58, n. 7, p. 24-27, 2012.

MILLER, Paul. Syndicated content: it's more than just some file formats. **Ariadne**, [s.v.], n. 35, 2003. Disponível em: <<http://www.ariadne.ac.uk/issue35/miller/>>. Acesso em: 18 set. 2013.

_____. Web 2.0: Building the new library. **Ariadne**, [s.v.], n. 45, 2005. Disponível em: <<http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller>>. Acesso em: 06 ago. 2013.

MIRANDA, Giovanna F.; GUALTIERI, Francesca; COCCIA, Paolo. How the New Web Generations are Changing Library and Information Services. **Medical Reference Services Quarterly**, v. 29, n. 2, p. 132-145, 2010.

MORAES, T. C. C. Conhecimento sobre as tecnologias da Web 2.0 : um estudo com alunos de biblioteconomia de três universidades paulistas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24. CBBB, 2011, Maceió-AL. **Anais eletrônicos...** Maceió: UFAL, 2011. 1 CD-ROM.

MURLEY, Diane. The power of RSS feeds. **Law Library Journal**, v. 101, n. 1, p. 127-135, 2009.

MURPHY, Joe; MOULAISON, Heather. Social networking literacy competencies for librarians: exploring considerations and engaging participation. In: NATIONAL CONFERENCE OF THE ASSOCIATION OF COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES, 14., 2009, Seattle-Washington (USA). **Proceedings...** Chicago: Association of College and Research Libraries, 2009. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/13142/1/Social_networking_Literacy_for_librarians.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2013.

MURUGESAN, San. Get ready to embrace Web 3.0. **Cutter Consortium, Tech. Rep**, v. 7, n. 8, 2007.

MUSSER, Jim; O'REILLY, Tim; *et al.*. **Web 2.0 : principles and best practices**. Sebastopol (USA): O'Reilly Media, 2007.

MYBURGH, Sue. **The new information professional** : how to thrive in the information age doing what you love. Oxford (UK) : Chandos. 2005. 237 p. ISBN: 9781843340874.

MYERS, Bertrand A.; BEIGL, Michael. Handheld Computing. **IEEE Computer Magazine**, 2003.

NAAMAN, Mor; BECKER, Hila; GRAVANO, Luis. Hip and trendy: characterizing emerging trends on Twitter. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 62, n. 5, p. 902-918, 2011.

NASCIMENTO, Geysa F. C. L. ; NEVES, Dulce A. B. Folksonomia: um estudo das *tags* dos bibliotecários brasileiros no Del.icio.us. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM

CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11. ENANCIB, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro : UNIRIO, 2010. 1 CD-ROM.

NERO, Muriel D.; WEBB, Paula L. OPACs in the clouds. **Computers in Libraries**, v. 29, n. 9, p. 18-22, 2009.

NESTA, Frederick; MI, Jia. Library 2.0 or Library III: returning to leadership. **Library Management**, v. 32, n. 1/2, p. 85-97, 2011.

NEYER, Linda; YELINEK, Kathryn. Beyond boomer meets NextGen: examining mentoring practices among Pennsylvania academic librarians. **Journal of Academic Librarianship**, v. 37, n. 3, p. 215-221, 2011.

NEW YORK PUBLIC LIBRARY-NYPL (EUA). **The New York Public Library partners with foursquare to unveil a new “badge”**. 30 mar. 2011. Disponível em: <<http://www.nypl.org/press/press-release/2011/03/30/new-york-public-library-partners-foursquare-unveil-new-“badge”>>. Acesso em: 08 fev. 2013.

NGUYEN, Cuong L. A survey of the application of Web 2.0 in Australasian university libraries. **Library Hi Tech**, v. 26, n. 4, p. 630-653, 2008.

OECD. **Participative web and user-created content: Web 2.0, wikis, and social networking**. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2007. Disponível em: <<http://www.oecd.org/internet/ieconomy/participativewebanduser-createdcontentweb20wikisandsocialnetworking.htm>>. Acesso em: 15 ago. 2011.

O'REILLY, Tim. **O que é web 2.0: padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software**. 2005. Disponível em: <<http://www.bibliotecavirtual.sp.gov.br/especial/docs/200905-oqueeweb20.pdf>>. Acesso em: 14 jul. 2013.

OLIVEIRA, Ângela M.; NOVAIS, Eunice S.; SILVA, Ivani; BERTHOLINO, Maria L. F. Mapeamento de competências em bibliotecas universitárias. **Perspectivas em Ciência da Informação**. v. 11, n. 3, p. 360-382, 2006. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/274>>. Acesso em: 16 ago. 2013.

OLIVEIRA, Carla Cristina Vieira. O uso do catálogo *online* do pergamum na UFMG. In: SEMINÁRIO NACIONAL BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 15. SNBU, 2008, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: USP, 2008.

ORTEGA, Cristina D. Documentation as one of the origins of the information science and a fertile basis for its grounding. **Brazilian Journal of Information Science**, v. 3, n. 1, p. 3-35, 2009. Disponível em: <<http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/bjis/article/view/48>>. Acesso em: 15 jul. 2013.

_____; LARA, Marilda L. G. A noção de documento: de Otlet aos dias de hoje. **Datagrama zero**, v. 11, n. 2, 2010. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/abr10/Art_03.htm>. Acesso em: 15 jul. 2013.

OSBOURNE, Dawn. User generated content (UGC): trade mark and copyright infringement issues. **Journal of Intellectual Property Law & Practice**, v. 3, n. 9, p. 555-562, 2008.

OWYANG, Jeremiah. Social business forecast: 2011 the year of integration: research reveals focus on integration, staffing, advertising, and measurement. **Slideshare.net**, 09 dez. 2010. Disponível

em: <http://www.slideshare.net/jeremiah_owyang/keynote-social-business-forecast-2011-the-year-of-integration>. Acesso em: 28 jan. 2013.

_____. Framework: the social media ROI pyramid. **Webstrategist.com**, 13 dez. 2010. Disponível em: <<http://www.web-strategist.com/blog/2010/12/13/framework-the-social-media-roi-pyramid/>>. Acesso em: 30 jan. 2013.

PANIAGUA ROJANO, Francisco J.; GÓMEZ CALDERÓN, Bernardo L.; FERNÁNDEZ SANDE, Manuel. La incorporación de los departamentos de comunicación de las universidades españolas al entorno digital. Un análisis cuantitativo. **Estudios sobre el mensaje periodístico**, v. 18, n. Especial, p. 691-701, 2012. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/40948>>. Acesso em: 18 set. 2013.

PARTRIDGE, Helen; LEE, Julie; MUNRO, Carrie. Becoming "librarian 2.0": the skills, knowledge, and attributes required by library and information science professionals in a web 2.0 world (and beyond). **Library Trends**, v. 59, n. 1-2, p. 315-335. 2010.

PASSARELLI, Brasilina.; JUNQUEIRA, Antonio. H. **Gerações interativas Brasil : crianças e adolescentes diante das telas**. São Paulo : Escola do Futuro/USP, 2012. 352 p. Disponível em: <<http://www.fundacaotelefonica.org.br/conteudos/publicacoes/>>. Acesso em: 25 jul. 2013.

PATTERN, Dave. Decorative tag cloud. **Blog Self-plagiarism is style**, 29 abr. 2008. Disponível em: <<http://www.daveyp.com/blog/archives/297>>. Acesso em: 28 mai. 2012.

PÉREZ-ARRANZ, Fernando. Los consorcios de bibliotecas universitarias españolas en el ámbito de la edición electrónica. **Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios**, Ano 23, n. 90-91, p. 11-28, 2008. Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2866312>>. Acesso em: 10 ago. 2013.

PEROTTI, Victor; HAIR, Neil. User experience in online social networks: a qualitative analysis of key activities and associated features. In: HAWAII INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM SCIENCES, 44. HICSS, 2011, Kauai (Hawaii). **Proceedings...** Kauai : University of Hawai'i at Manoa, 2011. Disponível em: <http://ieeexplore.ieee.org/xpls/abs_all.jsp?arnumber=5718475&tag=1>. Acesso em: 20 out. 2013.

PIENAAR, Heila; SMITH, Ina. Development of a Library 2.0 service model for an african library. In: WORLD LIBRARY AND INFORMATION CONGRESS: IFLA GENERAL CONFERENCE AND COUNCIL, 73. WLIC, 2007, Durban (South Africa). **Proceedings...** Durban : IFLA, 2007. Disponível em: <http://archive.ifla.org/IV/ifla73/papers/146-Pienaar_Smith-en.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2013.

PINHEIRO, José M. S. Ameaças e ataques aos sistemas de informação: prevenir e antecipar. **Cadernos UNIFOA**, [s.v.], n. 5, p. 11-21, 2007. Disponível em: <<http://www.unifoa.edu.br/cadernos/edicao/05/11.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2013.

PONTES, Euzébia M.; SANTOS, Mônica K. O uso das redes sociais no âmbito das bibliotecas universitárias federais brasileiras. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24. CBBB, 2011, Maceió. **Anais eletrônicos...** Maceió : UFAL, 2011. 1 CD-ROM.

R. PACIOS, Ana. Evaluación y planificación en las bibliotecas universitárias españolas. In: LUBISCO, Nidia M. L. (Org.). **Biblioteca universitária: elementos para o planejamento avaliação e gestão**. Salvador : EDUFBA, 2011. 263 p.

REBILLARD, Franck; TOUBOUL, Annelise. Promises unfulfilled? 'Journalism 2.0', user participation and editorial policy on newspaper websites. **Media, Culture & Society**, v. 32, n. 2, p. 323-334, 2010.

REBIUN. **De las bibliotecas universitarias a los centros de recursos para el aprendizaje y la investigación**. Madrid (España) : CRUE Conferencia de Rectores de Universidades Españolas REBIUN, 2005. Disponível em: <<http://www.rebiun.org/export/docReb/z2.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2013.

RECUERO, Raquel. Webring: As redes de sociabilidade e os weblogs. **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, v. 11, p. 19-27, 2004.

_____. Rede social. In: SPYER, J. (Org.). **Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. São Paulo : Não Zero, 2009a. p. 25-26. Disponível em: <http://www.itsbrasil.org.br/sites/itsbrasil.w20.com.br/files/infoteca/uploads/SPYER_Juliano._-org-_Para_entender_a_Internet.pdf>. Acesso em: 10 set. 2013.

REDDEN, Carla. Social bookmarking in academic libraries: trends and applications. **Journal of Academic Librarianship**, v. 36, n. 3, p. 219-227, 2010.

REETU CHILD, Anne G. Public libraries in the recession: the librarian's axiom. **Library Review**, v. 61, n. 8/9, p. 641-663, 2012.

REIG, Dolors; VÍLCHEZ, Luis F. **Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas**. Madri : Fundación Telefônica. 2013. Disponível em: <http://www.fundacion.telefonica.com/es/que_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/182>. Acesso em: 25 jul. 2013.

RICHMAN, Deborah. Social search comes of age. **Information Outlook**, v. 11, n. 8, p. 19-24, 2007.

ROBERTSON, Justin; BURNHAM, Judy; LI, Jie; SAYED, Ellen. The medical matters wiki: building a library web site 2.0. **Medical Reference Services Quarterly**, v. 27, n. 1, p. 21-32, 2008.

ROBREDO, Jaime. Considerações prospectivas para as próximas décadas sobre a evolução da tecnologia da informação no Brasil: o perfil dos novos profissionais da informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia & Comunicação**, São Paulo, v. 22, n. 3/4, p. 13-31, 1989.

RODRIGUES, Andre A. Folksonomia: análise da etiquetagem de imagens no Flickr. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11. ENANCIB, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro : UNIRIO, 2010. 1 CD-ROM.

RODRÍGUEZ, Diana. Biblioteca 2.0: mixtura de cambios, protagonismos y oportunidades una mirada latino americana. **Todoinfo.web**, 2009. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/13741/1/Biblioteca_2.0.pdf> . Acesso em: 18 abr. 2013.

ROLLA, Peter J. User tags versus subject headings: can user-supplied data improve subject access to library collections?. **Library Resource & Technical Services**. v. 53, n. 3, p. 174-184, 2009. Disponível em: <<http://www.ala.org/alcts/sites/ala.org.alcts/files/content/resources/lrts/archive/53n3.pdf>>. Acesso em: 19 fev. 2013.

ROMERO IBAÑEZ, Edith B. **El nuevo modelo de Biblioteca Universitaria en Chile y su relación con el modelo anglosajón CRAI**. 2012. 441 f. Tese (Doutorado em Documentação)

Departament de Biblioteconomia i Documentació, Universitat de Barcelona, Barcelona, 2012. Disponível em: <<http://www.tdx.cat/handle/10803/85717>>. Acesso em: 14 jun. 2013.

ROSS, Lyman; SENNYEY, Pongracz. The library is dead, long live the library! the practice of academic librarianship and the digital revolution, **The Journal of Academic Librarianship**, v. 34, n. 2, p. 145-152, 2008.

ROWLEY, Jennifer. **Informática para bibliotecas**. Brasília : Briquet de Lemos, 1994.

_____. Should your library have an innovation strategy?. **Library Management**, v. 32, n. 4/5, p. 251-265, 2011.

RUDMAN, Riaan J. Incremental risks in Web 2.0 applications. **Electronic Library**, v. 28, n. 2, p. 210-230, 2010.

RUIC, Gabriela. Facebook prepara mudanças no feed de notícias. **Exame.com**, 23 ago. 2013. Disponível em:<<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/facebook-quer-melhorar-a-qualidade-do-feed-dos-seus-usuarios>>. Acesso em: 30 out. 2013.

SAFKO, Lon; BRAKE, David K. **A bíblia da mídia social: táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios**. São Paulo : Blucher, 2010.

SANTANA, Anderson; SANTANA, Ana L. V. Folksonomia : uma análise de sua operacionalidade e sua possível aplicabilidade na Ciência da Informação. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 16. SNBU, 2010, Rio de Janeiro-RJ. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro : UFRJ, 2010. Disponível em: <http://www.gapcongressos.com.br/eventos/z0070/trabalhos_pesquisa.asp>. Acesso em: 10 nov. 2013.

SANTOS, Alexandra; ANDRADE, Antonio. Bibliotecas universitárias portuguesas no universo da Web 2.0. **Encontros Bibli**, n. esp., 2º sem. p. 116-131, 2010.

SARACEVIC, Tefko. Ciência da Informação: origem, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 1, n. 1, p. 41-62, 1996. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/235>>. Acesso em: 15 jul. 2013.

SCHNEIDER, Karen G. How OPACs suck, part 1: Relevance rank (or the lack of it). **ALA TechSource**, 13 mar. 2006a. Disponível em: <<http://www.alatechsource.org/blog/2006/03/how-opacs-suck-part-1-relevance-rank-or-the-lack-of-it.html>>. Acesso em: 28 mai. 2013.

_____. How OPACs suck, part 2: The checklist of shame. **ALA TechSource**, 3 abr. 2006b. Disponível em: <<http://www.alatechsource.org/blog/2006/04/how-opacs-suck-part-2-the-checklist-of-shame.html>>. Acesso em 28 mai. 2013.

_____. How OPACs suck, part 3: The big picture. **ALA TechSource**, 20 mai. 2006c. Disponível em: <<http://www.alatechsource.org/blog/2006/05/how-opacs-suck-part-3-the-big-picture.html>>. Acesso em 28 mai. 2013.

SCHNELL, Eric. WPopac: a WordPress OPAC?. **Blog The medium is the message**, 15 mai. 2006. Disponível em: <<http://ericschnell.blogspot.com.br/2006/05/wpopac-wordpress-opac.html>>. Acesso em: 20 set. 2013.

SCHRECKER, Diane L. Using blogs in academic libraries: versatile information platforms. **New Library World**, v. 109, n. 3/4, p. 117-129, 2008.

SECKER, Jane. Social software and libraries: a literature review from the LASSIE project.

Program: electronic library and information systems, v. 42, n. 3, p. 215-231, 2008.

SENNYEY, Pongracz; ROSS, Lyman; MILLS, Caroline. Exploring the future of academic libraries A definitional approach. **The Journal of Academic Librarianship**, v. 35, n. 3, p. 252–259, 2009.

SERANTES, Lucia S. Untangling the relationship between libraries, young adults and Web 2.0: the necessity of a critical perspective. **Library Review**, v. 58, n. 3, p. 237-251, 2009.

SERRANO-MUÑOZ, Jordi. El día de la #biblioteca en Twitter una semana después (no es oro todo lo que reluce). **Biblioblog.org**. 19 ago. 2013. Disponível em: <<http://biblioblog.org/2013/08/19/bibliotecatwitter2013/>>. Acesso em: 30 out. 2013.

SERRAT-BRUSTENGA, Marta; SUNYER-LÁZARO, Sílvia. El Centro de Recursos para el Aprendizaje y la investigación (CRAI) en permanente transformación: servicios y recursos para el nuevo usuario 2.0. 2008 . In: JORNADAS DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN, 10., 2008, Madrid (España). **Actas...** Madrid : SEDIC, 2008. Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/12559/>>. Acesso em: 04 mar. 2013.

SHAW, Russell. Web 2.0? It doesn't exist. **Blog Zdnet**, 2005. Disponível em: <<http://blogs.zdnet.com/ip-telephony/?p=805>>. Acesso em: 05 jul. 2013.

SHONIWA, Pride; HALL, Hazel. Library 2.0 and UK academic libraries: drivers and impacts. **New review of information networking**, v. 13, n. 2, p. 69-79, 2007.

SHIRAYAMA, Cristiane M.; MARQUIORI, Mariana. Proposta de implantação de redes sociais na biblioteca da escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade Federal de São Paulo. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 17. SNBU, 2012, Gramado-RS. **Anais eletrônicos...** Gramado : UFRS, 2012. Disponível em: <<http://www.snbu2012.com.br/anais/busca/>>. Acesso em: 10 mai. 2013.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro : Zahar, 2011.

SIERRA, Tito; RYAN, Joseph; WUST, Markus. Beyond OPAC 2.0: library catalog as versatile discovery platform. **The Code4Lib Journal**, n. 1, 2007. Disponível em: <<http://journal.code4lib.org/articles/10>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

SILVA, Edson S. As mídias sociais no sistema de bibliotecas da PUC-Rio: uma experiência. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 17. SNBU, 2012, Gramado-RS. **Anais eletrônicos...** Gramado : UFRS, 2012. Disponível em: <<http://www.snbu2012.com.br/anais/busca/>>. Acesso em: 10 mai. 2013.

SILVA, Solimar P. Letramento digital e formação de professores na era da web 2.0: o que, como e por que ensinar?. **Hipertextus revista digital**, v. 8, n. 8, p. 1-13, 2012. Disponível em: <<http://www.hipertextus.net/volume8/01-Hipertextus-Vol8-Solimar-Patriota-Silva.pdf>>. Acesso em: 17 set. 2013.

SILVESTRE, Fernanda. O que é Klout e as 5 novas redes adicionadas!. **Nanda Portfolio Tumblr**, 08 dez. 2011. Disponível em: <<http://nanndaportfoliio.tumblr.com/post/8842542268/o-que-e-klout-e-as-5-novas-redes-adicionadas>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

SINCLAIR, Bryan. Commons 2.0: library spaces designed for collaborative learning. **EDUCAUSE Quarterly**, [s.v.], n. 4, p. 4-6, 2007.

_____. The blended librarian in the learning commons: new skills for the blended library. **College & Research Libraries News**, v. 70, n. 9, p. 504-516, 2009. Disponível em: <<http://crln.acrl.org/content/70/9/504.full>>. Acesso em: 03 abr. 2012.

SIQUEIRA, Marli A. S. **Monografias e teses: das normas técnicas ao projeto de pesquisa**. Brasília: Consulex, 2005.

SMICIKLAS, Mark. The social media engagement funnel. **Intersection Consulting**, 21 set. 2010. Disponível em: <<http://www.intersectionconsulting.com/2010/the-social-media-engagement-funnel/>>. Acesso em: 29 jan. 2013.

SMITH, Gene. Social software building blocks. **the nForm**, 4 abr. 2007. Disponível em: <<http://nform.ca/publications/social-software-building-block>>. Acesso em: 05 mai. 2013.

SMITH, Aaron. **Americans and their cell phones** : mobile devices help people solve problems and stave off boredom, but create some new challenges and annoyances. Washington, D.C. (USA) : Pew Research Center. 2011. Disponível em: <<http://pewinternet.org/Reports/2011/Cell-Phones.aspx>>. Acesso em: 25 jul. 2013.

SOLOMON, Laura. Future of librarians. Interview. **College Online**, 2006. Disponível em: <<http://www.collegeonline.org/library/librarians-online/laura-solomon.html>>. Acesso em: 04 mar. 2013.

SOUTH CAROLINA STATE LIBRARY. Social Media Policy. **Slideshare.net**, 26 mai. 2010. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/scstatelibrary/south-carolina-state-library-social-media-policy-final>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

SPITERI, Louise. A simplified model for facet analysis: Ranganathan 101. **Canadian Journal of Information and Library Science**, v. 23, n. 1/2, p. 1-30, 1998.

SPIVACK, Nova. How the WebOS evolves?. **NovaSpivack.com**, 09 fev. 2007. Disponível em: <http://novaspivack.typepad.com/nova_spivacks_weblog/2007/02/steps_towards_a.html>. Acesso em: 12 nov. 2013.

SRIVASTAVA, Ravija. Web 2.0 in LIS curriculum: a preliminary study. In: INTERNATIONAL CONVENTION ON AUTOMATION OF LIBRARIES IN EDUCATION AND RESEARCH (CALIBER), 7., 2009, Pondicherry (India). **Proceedings...** Pondicherry (India) : Pondicherry University, 2009. Disponível em: <<http://www.inflibnet.ac.in/caliber2009/program.html>>. Acesso em: 06 abr. 2013.

STEELE, Tom. The new cooperative cataloging. **Library Hi Tech**, v. 27, n. 1, p. 68-77, 2009.

STEPHENS, Michael. **Do libraries matter**: on Library and Librarian 2.0. ALATechSource. 18 nov. 2005. Disponível em: <<http://www.alatechsource.org/blog/2005/11/do-libraries-matter-onlibrary-librarian-20.html>>. Acesso em: 04 mar. 2013.

STEPHENS, Michael. The ongoing web revolution. **Library Technology Reports**, v. 43, n. 5, p. 10-14, 2007. Disponível em: <<http://thehyperlinkedlibrary.org/libtechreport2/sample-page/#bib7>>. Acesso em: 02 abr. 2013.

_____; COLLINS, Maria. Web 2.0, Library 2.0, and the hyperlinked library. **Serials Review**, v. 33, n. 4, p. 253-256, 2007.

STRANACK, Kevin. The connected librarian: using social media for "Do It Yourself" professional development. **Partnership: the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research**, v. 7, n. 1, p. 1-5, 2012.

STRAUSS, William; HOWE, Neil. **Generations** : the history of America's future, 1584 to 2069. New York (USA) : Quill, 1992. 532 p.

STURTZ, David. Faceted search for the OPAC. **DavidSturtz.com**, 25 fev. 2006. Disponível em: <<http://davidsturtz.com/weblog/archives/000395.php>>. Acesso em: 19 fev. 2013.

SULLIVAN, Danny. How we search with the Twitter "help engine". **SearchEngineLand.com**, 13 mar. 2009. Disponível em: <<http://searchengineland.com/how-we-search-with-twitter-16920>>. Acesso em: 17 set. 2013.

SUROWIECKI, James. **The Wisdom of Crowds**. New York (USA) : Anchor, 2005. 336 p.

TAM, Winnie; COX, Andrew M.; BUSSEY, Andy. Student user preferences for features of next-generation OPACs a case study of University of Sheffield international students. **Program: electronic library and information systems**, v. 43, n. 4, p. 349-374, 2009.

TAPSCOTT, Don. A hora da geração digital : como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas ao governo. Rio de Janeiro : Agir Negócios, 2010.

TEDD, Lucy A. OPACs through the ages. **Library Review**, v. 43, n. 4, p. 27-37, 1994.

TENOPIR, Carol. Beyond usage: measuring library outcomes and value. **Library management**, v. 33, n. 1/2, p. 5-13, 2012.

THE DIGITAL SHIFT. The state of mobile in libraries 2012. **TheDigitalShift.com**, 07 fev. 2012. Disponível em: <<http://www.thedigitalshift.com/2012/02/mobile/the-state-of-mobile-in-libraries-2012/>>. Acesso em: 08 fev. 2013.

THELWALL, Mike.; BUCKLEY, Kevan; PALTOGLOU, Georgious. Sentiment in Twitter events. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 62, n. 2, p. 406-418, 2011.

THOMAS, Lisa C. Gone mobile? mobile libraries survey 2010. **LibraryJournal.com**, 15 out. 2010. Disponível em: <http://www.libraryjournal.com/lj/ljinprintcurrentissue/886987-403/gone_mobile_mobile_libraries_survey.html.csp>. Acesso em: 08 fev. 2013.

TOSETE, Francisco. Web móvil. **Anuário Think EPI**, v. 2, [s.n.], p. 174-176, 2008.

TORRES-SALINAS, Daniel; DELGADO-LÓPEZ-COZAR, Emilio. Estrategias para mejorar la diffusion de los resultados de investigación con la Web 2.0. **El profesional de la información**, v. 18, n. 5, p. 534-539, 2009.

TORRES-SALINAS, Daniel. Web 2.0 y biblioteca: de la experimentación a la evaluación. In: CONGRESO NACIONAL DE BIBLIOTECAS PUBLICAS, 5., 2010, Gijon (España). **Actas...** Gijon : Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2010. p. 1-8. Disponível em: <<http://www.mcu.es/bibliotecas/docs/MC/2010/CongresoBP/DanielTorres.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2013.

TRIPATHI, Manorama. Use of Web2.0 tools by academic libraries. In: ANNUAL INTERNATIONAL ASSOCIATION OF SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL UNIVERSITY LIBRARIES CONFERENCE, 30. IATUL, 2009, Heverlee-Leuven (Belgium). **Proceedings...** Heverlee : Katholieke Universiteit Leuven, 2009. Disponível em: <http://www.iatul.org/doclibrary/public/Conf_Proceedings/2009/Tripathi_ppt.pdf>. Acesso em: 08 jul. 2013.

_____.; KUMAR, Sunil. Use of Web 2.0 tools in academic libraries: A reconnaissance of the international landscape. **International Information & Library Review**, v. 42, n. 3, p. 195-207, 2010.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo : Atlas, 1987.

TURNER, Steven J. Website Statistics 2.0: using Google Analytics to measure library website effectiveness. **Technical Services Quarterly**, v. 27, n. 3, p. 261-278, 2010.

UNIVERSIA. Que és rebiun. **Universia.es**, 29 jan. 2009. Disponível em:<<http://noticias.universia.es/vida-universitaria/reportaje/2009/01/29/648341/1/rebiun-red-bibliotecas-universitarias-espanolas/que-es-rebiun.html>>. Acesso em: 14 jun. 2013.

UNIVERSITAT DE BARCELONA (UB) CRAI GEOLOGIA. Les xarxes socials de la Biblioteca de Geologia (UB-CSIC): estadístiques 2010/2011. **BlocGeologia.ub.edu**, 28 out. 2011. Disponível em:< <http://blocgeologia.ub.edu/2011/10/28/les-xarxes-socials-de-la-biblioteca-de-geologia-ub-csic-estadistiques-20102011/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

UNIVERSITY OF VIRGINIA LIBRARY. **Communications guide**. [S.d.] Disponível em: <<http://styleguide.library.virginia.edu/web-content/social-media-policy-and-guidelines/>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

URIBE-TIRADO, Alejandro; ECHAVARRÍA-RAMÍREZ Andrés-Felipe. Facebook como red de profesionales de bibliotecología, documentación y archivística en Iberoamérica. **El profesional de la información**, v. 17, n. 6, p. 670-676, 2008.

USP ECA BIBLIOTECA. **Blog da Biblioteca da ECA USP**. 2012. Disponível em:<<http://bibliotecadaeca.wordpress.com/>>. Acesso em: 25 abr. 2013.

VAN DER KOOI, Bart. Social Media Piramide. **Socialmediamodelen.nl**, 2010. Disponível em: <<http://www.socialmediamodelen.nl/social-media-focusmodellen/social-media-piramide/>>. Acesso em: 28 jan. 2013.

VANDER WAL, Thomas. Folksonomy coinage and definition. **Vanderwal.net**, 2007. Disponível em: <<http://vanderwal.net/folksonomy.html>>. Acesso em: 31 ago. 2013.

VARELA-PRADO, Carmen; BAIGET, Tomás. El futuro de las bibliotecas académicas: incertidumbres, oportunidades y retos. **Investigación Bibliotecológica**, v. 26, n. 56, p. 115-135, 2012. Disponível em: <<http://www.revistas.unam.mx/index.php/ibi/article/view/33175>>. Acesso em: 14 jun. 2013.

VERDOOLD, Wilco; FRIJLINK, Marco. Business development met social media. **Slideshare.net**, 2011. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/budeco/effectief-gebruik-van-social-media-acorel-event>>. Acesso em: 28 jan. 2013.

VIEIRA, David V. ; CARVALHO, Eliane B. ; LAZZARIN, Fabiana A. Uma proposta de modelo baseado na Web 2.0 para as Bibliotecas das Universidades Federais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 9. ENANCIB, 2008, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: USP, 2008. 1 CD-ROM.

VIEIRA, David V. ; BAPTISTA, Sofia G. Uma análise do perfil de um Social OPAC presente na Biblioteca 2.0. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11. ENANCIB, 2010, Rio de Janeiro-RJ. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro : UFRJ, 2010. 1 CD-ROM.

VIEIRA, David. V.; BAPTISTA, Sofia G. Uma teoria crítica da “Biblioteca 2.0” para a situação dos blogs de bibliotecas no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24. CBBB, 2011, Maceió-AL. **Anais eletrônicos...** Maceió : UFAL, 2011. 1 CD-ROM.

VIEIRA, David V. Redes Sociais Temáticas. **Nte2011david.blogspot.com**, 5 mai. 2011. Disponível em: <<http://nte2011david.blogspot.com/2011/05/redes-sociais-tematicas.html>>. Acesso em: 10 set. 2013.

VOORBIJ, Henk. The value of LibraryThing tags for academic libraries. **Online Information Review**, v. 36, n. 2, p.196-217, 2012.

WAH, Chan P.; CHOH, Ngian L. Back to the future: augmenting competencies for Library 2.0. **Singapore Journal of Library & Information Management**, v. 37, [s.n.], p. 1-12, 2008.

WARR, Wendy A. Social software: fun and games, or business tools?. **Journal of Information Science**, v. 34, n. 4, p. 591-604, 2008.

WALSH, Andrew. QR Codes – using mobile phones to deliver library instruction and help at the point of need. **Journal of information literacy**, v. 4, n. 1, p. 55-64, 2010. Disponível em: <<http://ojs.lboro.ac.uk/ojs/index.php/JIL/article/view/LLC-V4-I1-2010-1>>. Acesso em: 10 out. 2013.

WATSON, Kate; HARPER, Chelsea. Using blogs and wikis to communicate with library clients. **Incite**, v. 27, n. 12, p. 5-6, 2006.

WATSON, Morag; ROWAN, Elize. Aquabrowser implementation at the University of Edinburgh. In: WORKSHOP HOW TO COMPETE WITH GOOGLE: SIMPLE RESOURCE DISCOVERY SYSTEMS FOR LIBRARIES, 2008, London (UK). **Proceedings...** London : JIBS User Group, 2008. Disponível em: <<http://www.jibs.ac.uk/workshops/simplerds/rowan-watson.ppt>>. Acesso em: 20 set. 2013.

WEBB, Paula L. Youtube and libraries: it could be a beautiful relationship. **College & Research Libraries News**, v. 68, n. 6, p. 354-355, 2007. Disponível em: <<http://crln.acrl.org/content/68/6/354.full.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2013.

WEBER, Sebastian; RECH, Jörg. An overview and differentiation of the evolutionary steps of the Web X.Y movement: the web before and beyond 2.0. In: Murugesan, S., **Handbook of Research on Web 2.0, 3.0, and X.0: technologies, business, and social applications**. 1 ed. Hershey, Pennsylvania-USA : IGI Global, 2009.

WEINBERG, Tamar. The Ultimate Social Media Etiquette Handbook. **Techipedia.com**, 2008. Disponível em: <<http://www.techipedia.com/2008/social-media-etiquette-handbook/>>. Acesso em: 25 fev. 2013.

_____. **As novas regras da comunidade** : marketing na mídia social. 1 ed., Rio de Janeiro: Alta Books - O'Reilly, 2010. 364 p.

WILLIAMS, Roger; VAN DER WIELE, Ton; VAN IWAARDEN, Jos; ELDRIGE, Steve. The importance of user-generated content : the case of hotels, **The Journal TQM**, v. 22, n. 2, p.117-128, 2010.

WISNIEWSKI, Jeff. Mobile that works for your library. **Online**, v. 35, n. 1, p. 54-57, 2011.

WROBLEWSKI, Luke. Data Monday: as tablet size decreases.... **LukeW Ideation + Design**, 30 abr. 2012. Disponível em: <<http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1549>>. Acesso em: 08 fev. 2013.

XIA, Z. David. Marketing library services through Facebook groups. **Library Management**, v. 39, n. 6/7, p. 469-478, 2009.

XU, Chen; OUYANG, Fenfei; CHU, Heting. The academic library meets Web 2.0: applications and implications. **Journal of Academic Librarianship**, v. 35, n. 4, p. 324-331, 2009.

XU, Zhichen; FU, Yun; MAO, Jianchang; SU, Difu. Towards the semantic web: collaborative tag suggestions. In: COLLABORATIVE WEB TAGGING WORKSHOP, 2006, Edinburgh-Scotland (UK). **Proceedings...** Edinburgh-Scotland : University of Southampton, 2006. Disponível em: <<http://www.conference.org/proceedings/www2006/www.rawsugar.com/www2006/13.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

YONG-MI, K.; ABBAS, J. Adoption of Library 2.0 functionalities by academic libraries and users: a knowledge management perspective. **Journal of Academic Librarianship**, v. 36, n. 3, p. 211-218, 2010.

ZICKUHR, Kathryn; RAINIE, Lee; PURCELL, Kristen. **Library services in the digital age** : Patrons embrace new technologies – and would welcome more. But many still want printed books to hold their central place. Washington-DC : Pew Research Center's Internet & American Life Project, 2013. Disponível em: <<http://libraries.pewinternet.org/2013/01/22/Library-services/>>. Acesso em: 12 mar. 2013.

APÊNDICE A - Roteiro de entrevista espanhol



Universidad Complutense de Madrid – Facultad de Ciencias de la Documentación

OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN Esta investigación se propone analizar proyectos vinculados al entorno web 2.0 en las bibliotecas universitarias españolas observando la planificación, implementación, evaluación y participación de sus usuarios con los bibliotecarios. Le agradecemos enormemente su colaboración y le pedimos algunos minutos para que responda al cuestionario procurando rellenar todos los campos posibles. Al término de la investigación haremos públicos los resultados respetando en todo momento la confidencialidad de sus datos personales.

Muchas Gracias

David Vernon Vieira - móvil 682-530-522 (email:prof davidvernon@yahoo.com.br) Investigador UnB-Brasil

Profa Aurora Cuevas - UCM - Madri (913946676)

Investigador: David Vernon Vieira.

Directora: Aurora Cuevas Cerveró

Dirección:

Contatos:

Endereços de contato:

Data da 1ª Visita

URL de las medias



<http://twitter.com/>



<http://www.facebook.com/>



<http://www.youtube.com/>



<http://www.netvibes.com/>

GUIA ENTREVISTA

1. ¿Quién es el responsable actualmente en la actualización de los servicios de la web social disponibles en la Biblioteca? Por favor Comente sobre la elección de esto(s) profesional (es).

2. ¿Que objetivo ha llevado la Biblioteca a adoptar servicios de la web social?

3. ¿Cómo ha comenzado la adopción de las medias sociales en la Biblioteca ?

4. ¿Cuál la frecuencia de actualización para cada una de los servicios de la web social en la Biblioteca?

5. ¿Cuáles son los riesgos y beneficios que consideraran ustedes en la adopción de servicios de la web social en la Biblioteca?

6. ¿Qué tipo de evaluación/medida es hecha para saber cómo están siendo aprovechados servicios de la web social en la Biblioteca?

7. ¿En relación a la interacción con los usuarios virtuales de la Biblioteca? ¿qué se espera de servicios de la web social?

8. ¿Para usted cuál es el perfil de la biblioteca que adopta las plataformas de la web 2.0?

9. ¿Para usted en qué tipo de proyectos/iniciativas las plataformas de la web 2.0 podrían/pueden ser empleadas en su biblioteca?

10. ¿Para usted que servicios/experiencias pueden ser creados en las bibliotecas con la colaboración del usuarios en las plataformas de la web 2.0 (redes sociales)?

11. ¿De qué forma el bibliotecario es posible colaborar para enriquecer el contenido del Catalogo de la biblioteca con la utilización de las plataformas de la web 2.0 (redes sociales)?

12. ¿Para usted que hace el usuario interaccionar/colaborar para enriquecer el contenido del OPAC que tienes plataformas de la web 2.0 (redes sociales)?

13. ¿Considerando el contexto de la interacción del usuario con OPAC para usted la organización del contenido presente en el OPAC sufrirá mudanzas con la utilización de las plataformas de la web 2.0 (redes sociales) por los usuarios?

14. ¿Cuáles son las expectativas y necesidad de los bibliotecarios con la interacción con los usuarios de OPAC que utiliza las plataformas de la web 2.0 (redes sociales)?

APÊNDICE B - Questionário espanhol

Doctorado UnB Investigación:

Interacción del bibliotecario con las redes sociales en la Biblioteca Universitaria 2.0

Universidade de Brasília - Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - Faculdade de Ciência da Informação.

Universidad Complutense de Madrid

OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN Esta investigación se propone analizar proyectos vinculados al entorno web 2.0 en las bibliotecas universitarias españolas observando la planificación, implementación, evaluación y participación de sus usuarios con los bibliotecarios. Le agradecemos enormemente su colaboración y le pedimos algunos minutos para que responda al cuestionario procurando rellenar todos los campos posibles. Al término de la investigación haremos públicos los resultados respetando en todo momento la confidencialidad de sus datos personales.

Muchas Gracias

Investigador: David Vernon Vieira - móvil 682-530-522 (email:profddavidvernon@yahoo.com.br) Investigador UnB-Brasil

Directora: Prof. Dra. Aurora Cuevas - UCM - Madrid (913946670)

1) PERFIL DE SU BIBLIOTECA

1A) Nombre de La Biblioteca

1B) Ciudad en La que se ubica la Biblioteca:

1C) Fecha aproximada de inauguración de su Biblioteca

1D) Tipo de institución de su Biblioteca

Institución pública, Institución privada Otros (indicar)

1E) Su biblioteca forma parte de un sistema o red? En caso afirmativo indique cuál

1F) ¿Cuántas personas trabajan en su Biblioteca?

1G) ¿Cuántos usuarios registrados (incluyendo alumnos, profesores y personal) hay en su Biblioteca?

1H) ¿Cuántos alumnos atiende su biblioteca?

1I) ¿Qué NIVEL DE AUTOMATIZACIÓN ADOPTA SU biblioteca?

| ① No pretendo adoptar ② Tengo Planes de adoptar ③ ya adopté | |
|---|-------|
| a) Sistema de gestión de acervo | ① ② ③ |
| b) Catálogo OPAC | ① ② ③ |
| c) Sala con ordenadores conectados a internet | ① ② ③ |
| d) Redes inalámbricas | ① ② ③ |
| e) Tablets/Lectores de Ebook | ① ② ③ |
| f) Acceso a Bases de Datos | ① ② ③ |
| g) Perfil de su Biblioteca en las redes sociales | ① ② ③ |
| h) Sitio Web de su Biblioteca | ① ② ③ |
| i) Acceso a los servicios de su biblioteca a través de Dispositivos Móviles | ① ② ③ |

1J) Cómo se llama el proveedor del sistema informático de su Biblioteca?

1K) ¿Cuál es la versión del sistema informático de su biblioteca?

1L) ¿Qué FUNCIONALIDADES adopta El CATÁLOGO OPAC de su biblioteca?

* Informe en lista de opciones a seguir que FUNCIONALIDADES o CATÁLOGO OPAC adopta

| ① No Pretendo adoptar ② Tengo Planes de adoptar ③ Ya adopté | |
|---|-------|
| a) Búsqueda Multifaceta de Resultados | ① ② ③ |
| b) <i>Ranking</i> de Relevancia de Resultados de búsqueda | ① ② ③ |
| c) Sugerencias de préstamo basado en el Item Seleccionado | ① ② ③ |
| d) Nube de Tags/Descriptoros | ① ② ③ |
| e) Revisiones de libros por los usuarios | ① ② ③ |
| f) Compartimento de Items a través de las redes sociales | ① ② ③ |
| g) Posibilidad de Ver El índice Del libro | ① ② ③ |
| h) Posibilidad de Ver la portada Del libro | ① ② ③ |
| i) RSS de las Noticias del Catálogo | ① ② ③ |
| j) Salvar las últimas búsquedas hechas por el usuario | ① ② ③ |

2) PERFIL DE LAS REDES SOCIALES DE SU BIBLIOTECA

2A) ¿Su Biblioteca posee BLOG INSTITUCIONAL propio?

- SI
- NO

2B) Si respondió si a La pregunta anterior indique La dirección electrónica del BLOG institucional:

2C) ¿SuaBiblioteca posee MICROBLOG INSTITUCIONAL propio?

- SI • NO

2D) Si respondió si a La pregunta anterior indique La dirección electrónica del MICROBLOG institucional:

2E) ¿Su Biblioteca posee PERFIL INSTITUCIONAL propio en las REDES SOCIALES?

- SI • NO

2F) Si respondió si a La pregunta anterior indique ENQUÉ REDES SOCIALES PARTICIPA su biblioteca

Elija entre las opciones que siguen, Escoja más de una opción si fuera el caso

| | ① Sin Acceso | ② Acceso 2x por Semana | ③ Acceso 3x por Semana | ④ Acceso Todos los Dias |
|---------------|--------------|------------------------|------------------------|-------------------------|
| a) Badoo | ① | ② | ③ | ④ |
| b) Facebook | ① | ② | ③ | ④ |
| c) Flickr | ① | ② | ③ | ④ |
| d) Formspring | ① | ② | ③ | ④ |
| e) Foursquare | ① | ② | ③ | ④ |
| f) Google + | ① | ② | ③ | ④ |
| g) LinkedIn | ① | ② | ③ | ④ |
| h) MySpace | ① | ② | ③ | ④ |
| i) Messenger | ① | ② | ③ | ④ |
| j) Ning | ① | ② | ③ | ④ |
| k) Orkut | ① | ② | ③ | ④ |
| l) Skype | ① | ② | ③ | ④ |
| m) Sonico | ① | ② | ③ | ④ |
| n) Tuenti | ① | ② | ③ | ④ |
| o) Twitter | ① | ② | ③ | ④ |

2G) ¿CUÁNTOS FUNCIONARIOS SE OCUPAN De los blogs, microblogs y de las redes sociales de su Biblioteca?

2H) ¿Cuál ES la MEDIA DE EDAD DE LOS FUNCIONARIOS que se ocupan de Estas redes sociales?

2I) ¿CUÁNTO TIEMPO POR SEMANA DEDICAN LOS BIBLIOTECARIOS A LAS REDES SOCIALES?

| | ① No accede | ② Raramente accede | ③ Accede 2x por Semana | ④ 3x por Semana | ⑤ Accede Todos los Días |
|------------------------|-------------|--------------------|------------------------|-----------------|-------------------------|
| a) Blogs | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| b) Microblogs | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| c) Redes Sociales | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| d) Marcadores Sociales | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| e) RSS | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| f) Wikis | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

2J) ¿Cómo se llama el SECTOR responsable de las redes sociales en su biblioteca?

3) PLANIFICACIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN De las Redes sociales en su Biblioteca

3A) ¿Cómo usa las redes sociales para las ACCIONES de La Biblioteca?

Escoja entre las 3 opciones la forma de como usted UTILIZA las ACCIONES.

| | ① No Utilizo | ② Utilizo Poco | ③ Utilizo Mucho |
|--|--------------|----------------|-----------------|
| a) Promoviendo los servicios de la biblioteca en general | ① | ② | ③ |
| b) Promocionando en la Busca por potencial de usuarios | ① | ② | ③ |
| c) Promoviendo específicamente para el público adulto | ① | ② | ③ |
| d) Promoviendo específicamente para el público infantil | ① | ② | ③ |
| e) Promoviendo la rápida actualización de noticias para los usuarios | ① | ② | ③ |
| f) Promoviendo oposiciones en general | ① | ② | ③ |
| g) Respondiendo un espacio de comentarios para los usuarios | ① | ② | ③ |
| h) Promoviendo discusiones de libros en grupo | ① | ② | ③ |

3B) En su opinión ¿Cuál es la EDAD DEL PÚBLICO que más se aprovecharía de estas ACCIONES de la Biblioteca?

*Escoja entre las opciones una EDAD DEL PÚBLICO. Escoja solamente una.

- a) Menos de 18 años b) 18 a 24 años c) 25 a 34 años
 d) 35 a 44 años e) 45 a 54 años f) 55 a 64 años g) >= 65 años

3C) ¿Cuál es la principal DIFICULTAD para implantar las redes sociales en su biblioteca?

Escoga entre las opciones la(s) DIFICULTAD(ES) PARA IMPLANTAR.

| ① No tengo Dificultades ② Poca Dificultades ③ Muchas Dificultades | |
|---|-------|
| a) Ocupa mucho tiempo para mantenerla actualizada | ① ② ③ |
| b) Existen muchas redes sociales para aprender a usar | ① ② ③ |
| c) El bajo interés de los usuarios en mí biblioteca | ① ② ③ |
| d) Mí institución prohíbe el acceso a ellas | ① ② ③ |
| e) Dificultad en la seguridad de la información de la biblioteca | ① ② ③ |
| f) Baja infraestructura de TI (computadores y internet) | ① ② ③ |

3D) Que NÍVEL DE INTERACTIVIDAD espera de una media de comunicación social en el espacio de las bibliotecas?

Considere entre las opciones de NÍVEL DE INTERACTIVIDAD.

| ① Son Interactivas ② Poca Interactividad ③ Interactiva ④ Alta Interactividad | | | | |
|--|---|---|---|---|
| a) Encuestas para responder | ① | ② | ③ | ④ |
| b) Mensajes Instantáneos (IM) con el autor del blog | ① | ② | ③ | ④ |
| c) lista de seguidores | ① | ② | ③ | ④ |
| d) número de tags/descriptores | ① | ② | ③ | ④ |
| e) envío de post por email | ① | ② | ③ | ④ |
| f) compartiendo los post con redes sociais | ① | ② | ③ | ④ |
| g) Marcadores de Redacción (lamentavel, Interessante, Legal) | ① | ② | ③ | ④ |

3E) En su opinión ¿qué hace un media de comunicación social para recibir muchos comentarios?

Escoga entre las opciones para RECIBIR COMENTARIOS. Escoga más de una por si a caso.

| | ① no estoy de acuerdo Totalmente | ② no estoy de acuerdo | ③ Concuerdo | ④ Concuerdo Totalmente |
|--|----------------------------------|-----------------------|-------------|------------------------|
| a) Noticias actualizadas | ① | ② | ③ | ④ |
| b) Redes de colaboradores | ① | ② | ③ | ④ |
| c) Carisma del autor/institución | ① | ② | ③ | ④ |
| d) Porque es fácil comentar | ① | ② | ③ | ④ |
| e) Comentarios que son recompensados | ① | ② | ③ | ④ |
| f) Debido visibilidad del blog | ① | ② | ③ | ④ |
| g) Porque es posible comentar de forma anónima el blog | ① | ② | ③ | ④ |
| h) La naturaleza de la discusión ayuda | ① | ② | ③ | ④ |

3F) ¿Cómo usted valida o desempeña las redes sociales de su biblioteca?

Considere las opciones como usted REALIZA y valida los medios de comunicación sociales.

| | ① No lo Considero | ② Considero Poco | ③ Considero Bastante |
|--|-------------------|------------------|----------------------|
| a) Utilizo como métrica número de inscritos/seguidores | ① | ② | ③ |
| b) Utilizo como métrica número de visitas/hits del sitio web | ① | ② | ③ |
| c) Verifico se mi página de blog que está adicionada a un marcador de tags (Delicious) | ① | ② | ③ |
| d) Verifico cuales tópicos estimulan más comentarios | ① | ② | ③ |
| e) Busco el alcance en otras redes sociales para estimular comentarios | ① | ② | ③ |
| f) Utilizo Technorati para ver a influencia de mi blog | ① | ② | ③ |
| g) Verifico links de entrada para mi blog | ① | ② | ③ |

3G) Comente como fue la Planificación para la utilización de las redes sociales en su Biblioteca:

Comente brevemente algo sobre la planificación. No deje de comentar su historia es importante.

3H) Comente como fue la Implementación para una utilización de las redes sociales en su Biblioteca:

Comente brevemente algo sobre la IMPLEMENTACIÓN. No deje de comentar su historia es importante.

3I) Comente como es la validación para una utilización de las redes sociales en su Biblioteca:

Comente brevemente algo sobre la VALIDACIÓN. No deje de comentar su historia es importante.

4) PERFIL DEL ENCUESTADO

4A) NOMBRE:

4B) SEXO:

a) X FEMININO b) X MASCULINO

4C) EDAD:

- a) 18 A 24
- b) 25 A 34
- c) 35 A 44
- d) 45 A 49
- e) 50 A 54
- f) 55 A 64
- g) > = 65

4D) EMAIL:

4E) PUESTO:

- a) Director/Gerente
- b) Bibliotecario
- c) Auxiliar de biblioteca
- d) Externo
- e) Responsable Informático

4F) FORMACIÓN:

- a) Graduado
- b) Especialidad
- c) Postgraduado/Máster
- d) Doctorado
- e) Otro (Informe) _____

4G) CURSO/LUGAR DONDE SE FORMÓ:

4H) CARGO:

4I) SECTOR que trabaja:

4J) CONOCIMIENTO de redes sociales:

Comente que redes sociales utiliza:

- a) Blogs/Microblogs
- b) Wikis
- c) Instant Messaging (Mensajería Instantánea)
- d) Compartir Fotos (Flickr, Picasa)
- e) Compartir Vídeos (Youtube)
- f) Social Bookmarking (Delicious)
- g) Podcasting

- h) Mundos Virtuales (Second Life)
- i) Redes Sociales
- j) Otro Informe: _____

4K) ¿DÓNDE TOMÓ CONOCIMIENTO sobre los medios de comunicación sociales:

Informe DONDE tomó el conocimiento:

- a) Encuentros regionales / nacionales del área de Ciencias de la Documentación
- b) A través del contrato con personas que ya hacían uso de las herramientas de la Biblioteca 2.0
- c) Artículos de periódicos, monografías y otros trabajos académicos sobre el asunto
- d) Participó en un curso con un especialista en un asunto en la búsqueda de informaciones detalladas
- e) Otro

4L) En su opinión sobre las redes sociales:

Considere su opinión sobre las REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS.

| | ① | ② | ③ | ④ |
|--|---|---|---|---|
| ① Descuerdo Totalmente ② Desacuerdo ③ Concuerso ④ Concuerso Totalmente | | | | |
| a) Las redes sociales son herramientas de fácil acceso que permiten la interacción con los usuarios de las bibliotecas | ① | ② | ③ | ④ |
| b) Utilizo las redes sociales o sitio de la biblioteca que es de difícil mantención | ① | ② | ③ | ④ |
| c) las redes sociales para bibliotecas son poco utilizadas por los usuarios | ① | ② | ③ | ④ |
| d) El contenido de las redes sociales de las bibliotecas es poco atractivo para los usuarios | ① | ② | ③ | ④ |
| e) La biblioteca tiene mayor visibilidad con la publicación de contenido en las redes sociales | ① | ② | ③ | ④ |

APÊNDICE C - *Email de contato Espanha*

15/07/13

Imprimir

Assunto: Investigación Biblioteca 2.0 David Vieira

De: Prfof David Vernon (profdavidvernon@yahoo.com.br)

Para: sabus@usal.es;

Cc: lalbas@usal.es; dirsabus@usal.es;

Data: Quarta-feira, 4 de Julho de 2012 13:36

Hola Buenos Días!

Soy estudiante brasileño de doctorado en Ciências da Informação en la Universidade de Brasília-DF, Brasil y estoy en Madrid en la Universidad Complutense haciendo una investigación con la profa Aurora Cuevas Cerveró.

Me gustaria de hacer una visita a las Bibliotecas de la Universidad de Salamanca necesito hacer una investigación sobre la adopción de las redes sociales y para esto preciso entrevistar bibliotecários que actualizan los perfiles de la biblioteca de la Universidad de Salamanca. Pretendo ir hasta Salamanca entre los días 12 y 13 de julio de 2012. ¿Quienes son los bibliotecarios que puedo contactar en la biblioteca? Por favor me informe todos los datos(día, persona, horario, facultad, dirección) donde puedo ir.

Saludos

David Vernon Vieira
Doctorando em Ciência da Informação
FCI - Universidade de Brasília-DF
Facultad Ciencias de la Documentacion
Universidad Complutense de Madrid
Visite o blog de TI:<http://bitbiblio.blogspot.com>
Twitter: @davidvernonbr
email: profdavidvernon@yahoo.com.br
Tel: 34 91 250 0203
Móvil: 34 682 530 522

APÊNDICE D - Carta convite pesquisa Espanha



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Universidad Complutense de Madrid – Facultad de Ciencias de la Documentación

Madrid, 4 de julho de 2012.

Estimada Sra./Sr.

Mi nombre es David Vernon Vieira y soy estudiante de doctorado en Ciencias de la Información, de la Facultad de Ciencias de la Información, de la Universidad de Brasília en Brasil. Para completar mis estudios de doctorado me encuentro realizando una estancia de investigación en la Facultad de Ciencias de la Documentación de la Universidad Complutense de Madrid orientada por la Prof^a Dr^a Aurora Cuevas Cerveró. Durante mi estancia en la Universidad Complutense mi investigación se orienta al análisis de la interacción de los bibliotecarios universitarios con las redes sociales y el proceso de adopción de las funcionalidades de las Web 2.0 por su biblioteca.

El motivo de esta carta es solicitar una entrevista con el personal bibliotecario que trabaja con las redes sociales que su biblioteca sitúa en la Web 2.0. El tiempo estimado para la entrevista es de unos 50 minutos aproximadamente. Los datos obtenidos serán utilizados de forma agregada, sin identificación de los entrevistados y los resultados les serán remitidos a los participantes.

Su colaboración es extremadamente valiosa para la comprensión de uno modelo de adopción de las funcionalidades de las redes sociales en el catálogo OPAC.

Para facilitar la entrevista le envío el cuestionario por correo electrónico, si usted prefiere puede simplemente contestar por correo electrónico, en tal caso envíe un mensaje con las respuestas a uno de los mails que figuran abajo, manifestando su preferencia.

Muchas gracias por su atención. Atentamente,

David Vernon Vieira

Estudiante Doctorado en Ciencias de la Documentación
Universidade de Brasília-DF Brasil
Universidad Complutense de Madrid España
Telefono móvil: (34) 682-530-522
Email: profdavidvernon@yahoo.com.br
davidv.vieira@gmail.com

Prof^a Dr^a Aurora Cuevas Cerveró

Facultad de Ciencias de la Documentación
Universidad Complutense de Madrid
Calle Santísima Trinidad, 37, 28010 – Madrid.
macuevas@pdi.ucm.es
Tel (34) 91 394 6662

ANEXO A - Lista de bibliotecas de universidades públicas españolas

LISTA ALFABÉTICA DOS SÍTIOS WEB DAS BIBLIOTECAS DAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS ESPANHOLAS POR COMUNIDADES AUTÔNOMAS

Andalucía

- 1-Universidad de Almería - <http://cms.ual.es/UAL/universidad/serviciosgenerales/biblioteca/index.htm>
- 2-Universidad de Cádiz - <http://biblioteca.uca.es/>
- 3-Universidad de Córdoba - <http://www.uco.es/webuco/buc/>
- 4-Universidad de Granada - <http://biblioteca.ugr.es/>
- 5-Universidad de Huelva - <http://www.uhu.es/biblioteca/>
- 6-Universidad Internacional de Andalucía - <http://www.unia.es/content/view/77/295/>
- 7-Universidad de Jaén - <http://www10.ujaen.es/conocenos/servicios-unidades/biblio>
- 8-Universidad de Málaga - <http://www.uma.es/ficha.php?id=62379>
- 9-Universidad Pablo de Olavide - <http://www.upo.es/biblioteca/>
- 10-Universidad de Sevilla - <http://bib.us.es/>

Aragón

- 11-Universidad de Zaragoza - <http://biblioteca.unizar.es/>
- 12-Universidad San Jorge (*) - <http://www.usj.es/alumnos/biblioteca/servicios>

Canarias

- 13-Universidad de La Laguna - <http://www.bbt.ull.es/view/institucional/bbt/Inicio/es>
- 14-Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - <http://biblioteca.ulpgc.es/>

Cantabria

- 15-Universidad de Cantabria - <http://www.buc.unican.es/>

Castilla La Mancha

- 16-Universidad de Castilla La Mancha - <http://www.biblioteca.uclm.es/>

Castilla y León

- 17-Universidad de Burgos - <http://www.ubu.es/ubu/cm/bubu>
- 18-Universidad de León - <http://www5.unileon.es/bibportal/>
- 19-Universidad de Salamanca - <http://bibliotecas.usal.es/>
- 20-Universidad de Valladolid - <http://almena.uva.es/>

Catalunya

- 21-Universitat Autònoma de Barcelona - <http://www.uab.cat/bib/>
- 22-Universitat de Barcelona - <http://www.bib.ub.edu/>
- 23-Universitat de Girona - <http://www.udg.edu/biblioteca/>
- 24-Universitat de Lleida - <http://www.bib.udl.cat/>
- 25-Universitat Politècnica de Catalunya - <http://biblioteca.upc.edu/>
- 26-Universitat Pompeu Fabra - <http://www.upf.edu/bibtic/>
- 27-Universitat Rovira i Virgili - <http://www.urv.cat/crai/>

Comunidad de Madrid

- 28-Universidad de Alcalá - <http://www.uah.es/biblioteca/>
- 29-Universidad Autónoma de Madrid - <http://biblioteca.uam.es/>
- 30-Universidad Carlos III de Madrid - <http://www.uc3m.es/portal/page/portal/biblioteca>
- 31-Universidad Complutense de Madrid - <http://biblioteca.ucm.es/>
- 32-Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) - http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,505432,93_25992941&_dad=portal&_schema=PORTAL
- 33-Universidad Politécnica de Madrid - <http://www.upm.es/institucional/UPM/Biblioteca>
- 34-Universidad Rey Juan Carlos - <http://www.urjc.es/biblioteca/>

Comunidad Foral de Navarra

- 35-Universidad Pública de Navarra - <http://www.unavarra.es/biblioteca/>

Comunitat Valenciana

- 36-Universitat d'Alacant / Universidad de Alicante - <http://biblioteca.ua.es/es/>
- 37-Universitat Jaume I - <http://www.uji.es/cd/>
- 38-Universidad Miguel Hernández - <http://biblioteca.umh.es/>
- 39-Universitat Politècnica de València - <http://www.upv.es/entidades/ABDC/>
- 40-Universitat de València - <http://biblioteca.uv.es/>

Extremadura

- 41-Universidad de Extremadura - <http://biblioteca.unex.es/>

Galicia

- 42-Universidade da Coruña - <http://www.udc.es/biblioteca>
- 43-Universidade de Santiago de Compostela - <http://www.usc.es/gl/servizos/biblioteca>
- 44-Universidad de Vigo - http://www.biblioteca.uvigo.es/biblioteca_gl/

Illes Balears

45-Universitat de Les Illes Balears - <http://biblioteca.uib.cat/>

La Rioja

46-Universidad de La Rioja - <http://biblioteca.unirioja.es/>

País Vasco

47-Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea - <http://www.biblioteka.ehu.es/>

Principado de Asturias

48-Universidad de Oviedo - <http://buo.uniovi.es/>

Región de Murcia

49-Universidad Politécnica de Cartagena - <http://www.bib.upct.es/>

50-Universidad de Murcia - <http://www.um.es/web/biblioteca/>

ANEXO B - Lista de redes sociais de bibliotecas de universidades públicas espanholas

| COM | Universidade Pública | Tipo Perfil | Facebook | Twitter (continua) |
|-------|----------------------------|-------------|---|-----------------------|
| 1 AND | Almería | UNI | universidaddealmeria | @ualmeria |
| | Cádiz | BIB | BibliotecaUCA | @Bibliouca |
| | Córdoba | UNI | biblioteca.uco.es | @Univcordoba |
| | Granada | UNI | universidadgranada | @CanalUGR |
| | Huelva | BIB | BibliotecaUniversidadHuelva | @bibliotecaUHU |
| | Internacional de Andalucía | UNI | Universidad-Internacional-de-Andalucía | @UNIAuniversidad |
| | Jaén | BIB | BUJA-Biblioteca-de-la-Universidad-de-Jaén | @buja2009 |
| | Málaga | BIB | BibliotecaUMA | BibliotecaUMA |
| | Pablo de Olavide | BIB | bibupo | @bibupo |
| | Sevilla | BIB | biblioteca.universidad.sevilla | @Biblioteca_US |
| 2 ARA | Zaragoza | BIB | Biblioteca.Universidad.de.Zaragoza | @bibliouz |
| 3 CAN | Cantabria | BIB | BibliotecadelaUniversidaddeCantabria | @BUCantabria |
| 4 CLM | Castilla La Mancha | BIB | bibliotecauniversitaria.uclm | @BUCLM |
| 5 CLN | Burgos | BIB | bibliotecaubu | @bibliotecaubu |
| | León | UNI | unileon | @unileon |
| | Salamanca | BIB | bibliousal | @bibliotecasusal |
| | Valladolid | UNI | Universidad-de-Valladolid | @universidaddeva |
| 6 CAT | Autónoma de Barcelona | BIB | bchgUAB | @bchgUAB |
| | Barcelona | BIB | UBbiblio | @BibBiblio |
| | Girona | BIB | BibliotecaUdG | @UdGBiblioteca |
| | Lleida | UNI | universitatdelleida | @AM_UdL |
| | Politécnica de Catalunya | BIB | bibliotequesUPC | @bibliotecnica |
| | Pompeu Fabra | UNI | UniversitatPompeuFabra | @univpompeufabra |
| | Rovira i Virgili | UNI | Non oficial Universitat-Rovira-i-Virgili | @urvtarragona |
| 7 CVA | Alicante | UNI | biblioteca.UA | @UA_Universidad |
| | Jaume I | UNI | uji.val | @UJI_noticies |
| | Miguel Hernandez | BIB | biblioteca.universidadmiguelhernandez | @UniversidadMH |
| | Politécnica de València | BIB | BibliotequesUPV | @BiblioUPV |
| | València | UNI | universitatdevalencia | @UV_EG |
| 8 CMD | Alcalá | UNI | UniversidadDeAlcala | @UAHes |
| | Autónoma de Madrid | BIB | BibliotecaArchivoUAM | @UAM_Madrid |
| | Carlos III de Madrid | BIB | biblioteca.UC3M | @biblioteca_uc3m |
| | Complutense de Madrid | BIB | BibliotecaComplutense | @BComplutense |
| | Politécnica de Madrid | BIB | bibliotecaupm | @biblioupm |
| | Rey Juan Carlos | BIB | biblioteca.urjc | @BURJC |

| COM | Universidade Pública | Tipo Perfil | Facebook | Twitter (conclui) |
|--------|----------------------------|-------------|--|-------------------|
| 9 EXT | Extremadura | UNI | People/biblioteca.universidaddeextremadura ou Universidad-de-Extremadura-UEx | @uexcomunicacion |
| 10 GAL | Coruña | BIF | Biblioteca-da-Universidade-da-Coruña-Sección-de-Información-e-Coordinación | @BibInformatica |
| | Santiago de Compostela | BIB | biblioteca.universitaria.santiago.com postela | @BUSCUSC |
| | Vigo | UNI | uvigo | @uvigo |
| 11 IBA | Les Illes Balears | BIB | Servei-de-Biblioteca-i-Documentació-UIB | @BibliotecaUIB |
| 12 ICA | La Laguna | BIB | BibliotecaUniversidadLaLaguna | @BibliotecaULL |
| | Las Palmas de Gran Canaria | BIB | bulpgc | @bulpgc |
| 13 LRJ | La Rioja | BIB | Biblioteca-Universitaria-de-La-Rioja | @bibur |
| 14 NAV | Pública de Navarra | UNI | upnauniversidad | @UNavarra |
| 15 PAS | Oviedo | BIB | Buniovi | @miraelBUO |
| 16 PAV | País Vasco | UNI | pages/UPVEHU/106770286010768 | @upvehu |
| 17 MUR | Murcia | BIB | biblioteca.universidaddemurcia | @bibliotecaumu |
| | Politécnica de Cartagena | BIB | Servicio de Documentación UPCT | @BibliotecaUPCT |

ANEXO C - Lista Completa das Instituições Universitárias Visitadas e suas Bibliotecas

| Instituição | Bibliotecas Universitárias (continua) |
|--|---|
| Universidad Complutense de Madrid | <p>Centro Humanidades – 5 Bellas Artes Educación Filología Filosofía Geografía e Historia</p> <p>Centro Ciencias Experimentales y Aplicadas – 7 Ciencias Biológicas Ciencias Físicas Ciencias Geológicas Ciencias Químicas Ciencias Matemáticas Estudios estadísticos Informática</p> <p>Centro Ciencias Sociales – 8 Ciencias de la Documentación Ciencias de la Información Ciencias Económicas y Empresariales Ciencias Políticas y Sociología Comercio y Turismo Derecho Relaciones Laborales Trabajo Social</p> <p>Centro Ciencias de la Salud – 8 Enfermería, Fisioterapia y Podología Farmacia Instituto Ramón Castroviejo Medicina Odontología Óptica y Optometría Psicología Veterinaria</p> <p>Biblioteca Historica – 1 Biblioteca Histórica</p> <p>Biblioteca Maria Zambrano – 1 Biblioteca María Zambrano</p> <p>Servicios Centrales – 1</p> <p>Biblioteca Complutense - 1</p> <p style="text-align: right;">Total: 32</p> |
| Universidad Carlos III de Madrid | <p>Biblioteca de Ciencias Sociales y Jurídicas "María Moliner". Campus de Getafe - 1 Biblioteca de Humanidades, Comunicación y Documentación. Campus de Getafe - 1 Biblioteca de la Escuela Politécnica "Rey Pastor". Campus de Leganés - 1 Biblioteca multidisciplinar "Menéndez Pidal". Campus de Colmenarejo - 1</p> <p style="text-align: right;">Total: 4</p> |

Fonte: Elaborado pelo autor. (continua)

| Instituição | Bibliotecas Universitárias (continua) |
|--|--|
| Universidad de Alcalá de Henares | <p>Alcalá campus – 5 Biblioteca de Medicina y Ciencias de la Salud Biblioteca de Ciencias Biblioteca de Farmacia Biblioteca Politécnica Sala de estudio de Ciencias Ambientales</p> <p>Alcalá ciudad – 8 Biblioteca de Arquitectura Biblioteca de Ciencias Económicas y Empresariales Biblioteca de Derecho Biblioteca de Documentación Biblioteca de Filosofía y Letras Biblioteca de Filología Biblioteca del edificio de Trinitarios Centro de Documentación Europea</p> <p>Guadalajara – 2 Biblioteca de Educación Biblioteca del edificio Multidepartamental</p> <p style="text-align: right;">Total: 15</p> |
| Universidad de Alicante | <p>Biblioteca de Ciencias - 1 Biblioteca de Derecho - 1 Biblioteca de Económicas - 1 Biblioteca de Educación - 1 Biblioteca de Filosofía y Letras -1 Biblioteca de Geografía - 1 Biblioteca Politécnica y Enfermería - 1</p> <p style="text-align: right;">Total: 7</p> |
| Universitat de Barcelona | <p>Belles Arts Biblioteconomia Biologia Campus de Ciències de la Salut de Bellvitge Campus de l'Alimentació de Torribera Campus de Mundet Dret Economia i Empresa Farmàcia Filosofia, Geografia i Història Física i Química Geologia Lletres Matemàtiques Medicina Pavelló de la República Relacions Laborals Reserva</p> <p style="text-align: right;">Total: 18</p> |
| Universitat Politecnica de Valencia | <p>Biblioteca Central Biblioteca de ADE-Topografía Biblioteca de Agroingeniería Biblioteca de Informática y Documentación Enric Valor Biblioteca de la ETS de Ingeniería de Edificación Biblioteca de la ETS de Ingeniería del Diseño Biblioteca de la ETS de Ingenieros de Caminos Biblioteca de la ETS de Ingenieros Industriales Biblioteca de la Facultad de Bellas Artes Biblioteca del Campus de Alcoy Biblioteca Campus de Gandia - CRAI</p> <p style="text-align: right;">Total: 11</p> |

Fonte: Elaborado pelo autor. (continua)

| Instituição | Bibliotecas Universitárias (conclui) |
|----------------------------------|---|
| Universidad de Valladolid | <p>Bibliotecas del Campus de Valladolid - 12 Biblioteca General Reina Sofia Biblioteca de Área de Ciencias de la Salud Biblioteca de la E.U. de Estudios Empresariales Biblioteca de la E.U. Politécnica Biblioteca de la E.T.S. de Arquitectura Biblioteca de la E.T.S. de Ingenieros Industriales Biblioteca de la E.T.S. de Ing. de Telecomunicación / Ing. Informática Biblioteca de la Facultad de Ciencias Biblioteca de la Facultad de Derecho Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Biblioteca de la Facultad de Educacion y Trabajo Social Biblioteca de la Facultad de Filosofia y Letras</p> <p>Biblioteca del Campus de Palencia -1 Biblioteca de Campus de La Yutera</p> <p>Biblioteca del Campus de Segovia -1 Biblioteca del Campus de Segovia</p> <p>Biblioteca del Campus de Soria - 1 Biblioteca del Campus "Duques de Soria"</p> |
| | Total: 15 |

Fonte: Elaborado pelo autor. (conclui)