

O ENSINO DAS MÍDIAS SOCIAIS NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA DO SUL DO BRASIL

THE TEACHING OF SOCIAL MEDIA IN THE COURSES OF GRADUATION IN BIBLIOTECONOMICS OF THE SOUTH OF BRAZIL

Ana Cristina Lückmann Cardoso*
Ana Maria Pereira**

RESUMO

Introdução: A globalização e as TIC's contribuíram para o surgimento de novas exigências profissionais. Desta forma, o bibliotecário, como gestor da informação, passou a ter um campo de atuação mais amplo. **Objetivo:** Esta comunicação apresenta as mídias sociais como um recurso para o trabalho do bibliotecário e investiga o ensino das mídias sociais nas matrizes curriculares dos Cursos de Graduação em Biblioteconomia das Instituições de Ensino Superior da região Sul do Brasil, verificando a abordagem dos termos redes sociais, *Facebook*, *Twitter*, *blogs* e internet; bem como, o conhecimento das disciplinas que tem o ensino das mídias sociais em seus currículos. **Metodologia:** Nos procedimentos metodológicos, foram apresentados como universo da pesquisa as sete Instituições de Ensino Superior: em Santa Catarina, a UDESC, UFSC e a Universidade Comunitária da Região de Chapecó; no Paraná a UEL, e; no Rio Grande do Sul, a UFRGS, a FURG e a Universidade de Caxias do Sul. Para a coleta de dados, foi realizado o levantamento nos sites dos cursos de Biblioteconomia destas instituições e a aplicação do questionário aos coordenadores e chefes dos cursos. **Resultados:** Nos resultados foram constatados que em três das Instituições supracitadas, existe o ensino das mídias sociais no Curso de Graduação em Biblioteconomia. **Conclusões:** Cada vez mais as mídias sociais fazem parte do cotidiano dos acadêmicos de biblioteconomia e essa é uma realidade imutável. Concluiu-se que 75% dos respondentes consideram muito importante incluir as mídias sociais nas matrizes curriculares dos cursos, realizar discussões sobre as mídias sociais na área da Biblioteconomia e Ciência da

* Graduação em Biblioteconomia e Gestão da Informação pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC).

** Doutora em Tecnologia e Sistemas de Informação pela Universidade do Minho, Portugal. Professora do Departamento de Biblioteconomia e Gestão da Informação da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC).

Informação, bem como oferecer subsídios para reflexões do profissional sobre o uso das novas ferramentas de trabalho, unindo teoria e prática em sua área de atuação. Também aponta a necessidade dos cursos se manterem atualizados com as mídias sociais e as novas tendências tecnológicas, propõe ajustes em sua matriz curricular, respeitando suas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), mas ao mesmo tempo, buscando atender às novas exigências do mercado cada vez mais competitivo e inovador.

Descritores: Biblioteconomia - Graduação. Matriz curricular. Mídias sociais.

1 INTRODUÇÃO

A globalização e as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) contribuíram para o surgimento de novas exigências profissionais e o bibliotecário como gestor da informação, passou a ter um campo de atuação mais amplo.

Nesse sentido, para acompanhar este advento da Sociedade da Informação, as Instituições de Ensino Superior (IES) precisam capacitar seus acadêmicos para o mercado de trabalho, ofertando disciplinas condizentes com a sociedade contemporânea.

Os Cursos de Graduação em Biblioteconomia oferecidos pelas IES têm por objetivo formar bibliotecários para atuar no campo da gestão da informação e documentação. O acadêmico deve aprender a dominar as técnicas de catalogação, classificação, indexação, organização, conservação e divulgação do acervo, bem como, gerenciar os sistemas de informação (ambiente digital e virtual).

Neste contexto, compreende-se que o acadêmico dos Cursos de Biblioteconomia deve ser capacitado para o mercado de trabalho, para que dessa forma, possa possuir habilidades com o uso e a interação com as mídias sociais¹. Os bibliotecários devem seguir esta nova tendência em direção às melhorias de suas atividades rumo ao atendimento de um mercado cada vez mais exigente em relação à capacitação profissional, uso de mídias sociais e tecnologias. *Essas exigências podem impulsionar mudanças nas unidades*

¹ Nesta pesquisa o termo utilizado será mídias sociais, pois de acordo com a fundamentação teórica, o termo correto é mídias sociais, já que as redes sociais fazem parte das mídias sociais.

informacionais e assim fazê-las adotar uma nova postura relativa ao uso da informação.

Nesse contexto, esse artigo apresenta o resultado da pesquisa sobre o ensino das mídias sociais nos Cursos de Graduação em Biblioteconomia das Instituições de Ensino Superior (IES) da região Sul do Brasil com o objetivo de identificar em suas matrizes curriculares como ocorre o ensino dessas mídias bem como, verificar a abordagem dos termos redes sociais, *Facebook*, *Twitter*, *blogs* e internet e a aplicação desses termos nas disciplinas oferecidas pelos do Curso de Biblioteconomia da Região Sul do Brasil.

2 MÍDIAS SOCIAIS E REDES SOCIAIS

Com o surgimento da internet, a sociedade obteve um grande avanço e diversas mudanças, principalmente na liberdade de expressão e sociabilização de ideias com o uso de ferramentas que proporcionaram a interação das pessoas entre si, com o objetivo de se comunicarem, trocarem ideias, compartilhá-las e, acima de tudo, deixando essas informações disponíveis na rede.

A relevância da internet para a sociedade da informação é muito significativa e segundo Castells (2001, p. 7), é definida como “[...] o tecido de nossas veias [...]”. Esta relevância pode ser compreendida como uma forte relação entre o mundo virtual e as tecnologias digitais. E, esta relação está intrinsecamente ligada às mídias sociais.

A evolução da Web 1.0, denominada de Web 2.0 possibilitou a interação e o compartilhamento de informação entre os interagentes com funções e usos inovadores, disponibilizando melhores serviços da internet e contribuiu para o surgimento das mídias sociais. O termo *Web 2.0* surgiu numa sessão de *brainstorming* no *Media Live International* em outubro de 2004 e ficou conhecido como "Web Social", ou a segunda geração da Web, também de autoria de Tim O'Reilly (2005). (LIMA; FREIRE, 2014, p. 115).

A Web 2.0 possibilitou a criação de espaços mais interativos, de novos ambientes virtuais de socialização e compartilhamento de informações on-line, tais como as *wikis*, mídias sociais, *blogs* e outros.

Porém, a popularização do uso da internet a partir do ano 2000 em diante foi o que possibilitou a expansão das mídias sociais.

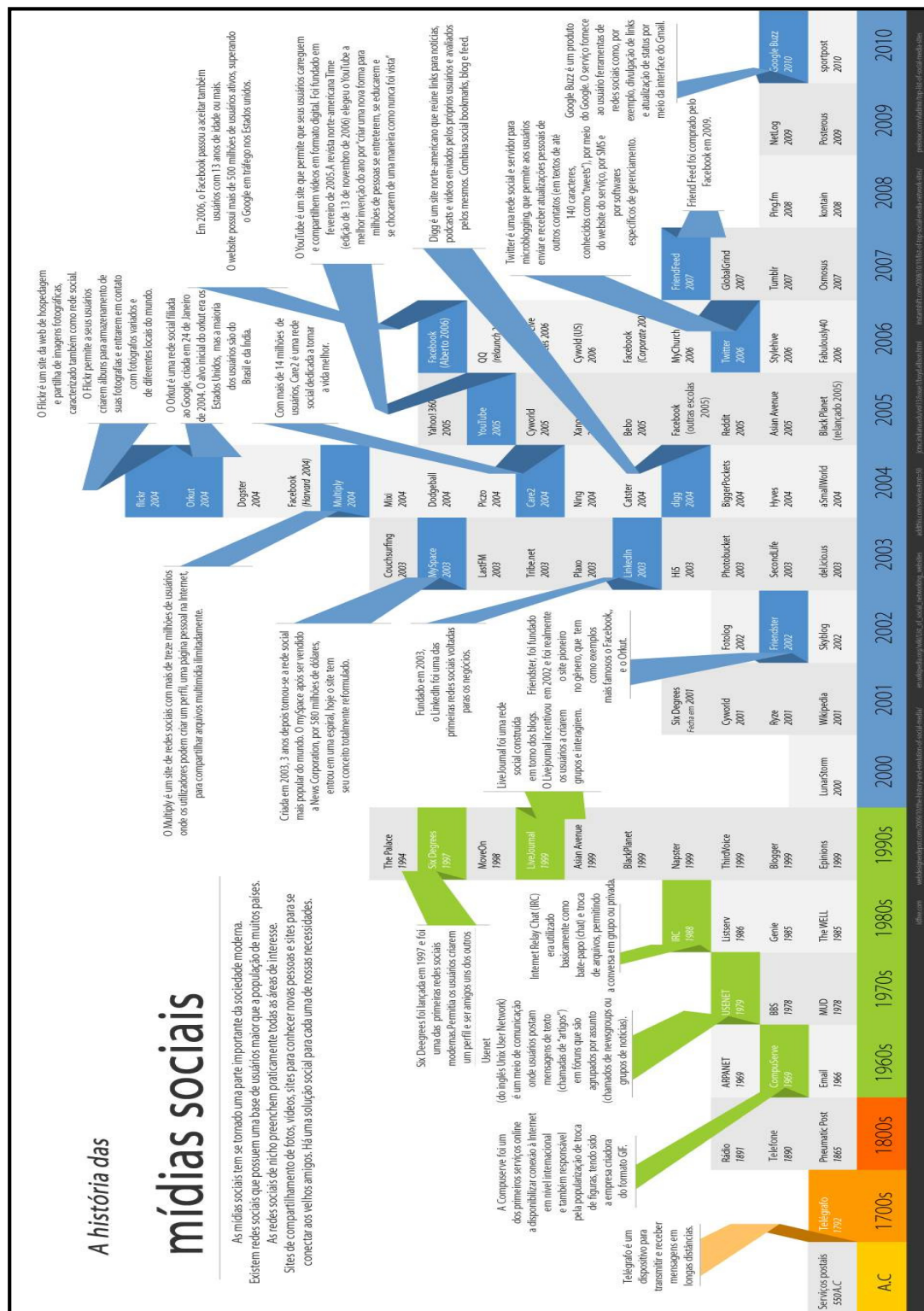
Em 2002 surgiu o *Friendster*, o site pioneiro no gênero de encontro com amigos e compartilhamento de mensagens, links, vídeos e fotografias.

Em 2003 foi fundado o *LinkedIn*, uma das primeiras mídias sociais voltadas para os negócios. Nesse mesmo ano, surgiu o *MySpace*, que utiliza a Internet para comunicação online por meio de uma rede interativa de fotos, *blogs* e perfis de usuário.

Em 2004, surgiram o *Flickr*, *Orkut* e *Facebook*, redes de compartilhamento de informações e fotos. Entretanto, a mídia social que mais se popularizou por questões de interatividade foi o *Facebook*, que tem características semelhantes ao *Friendster*. O Youtube foi criado em 2005, e permite que seus interagentes possam carregar e compartilhar vídeos. O *Twitter* surgiu em 2006 e permite aos interagentes enviar e receber pequenos textos de até 140 caracteres, imagens e vídeos.

De 2006 até o momento, outras mídias sociais foram criadas, facilitando, a troca de comunicação entre os interagentes e seus pares. O detalhamento desta evolução está representado na Figura 1.

Figura 1 – Infográfico da História das Mídias Sociais



Fonte: Paula (2011, p. 1).

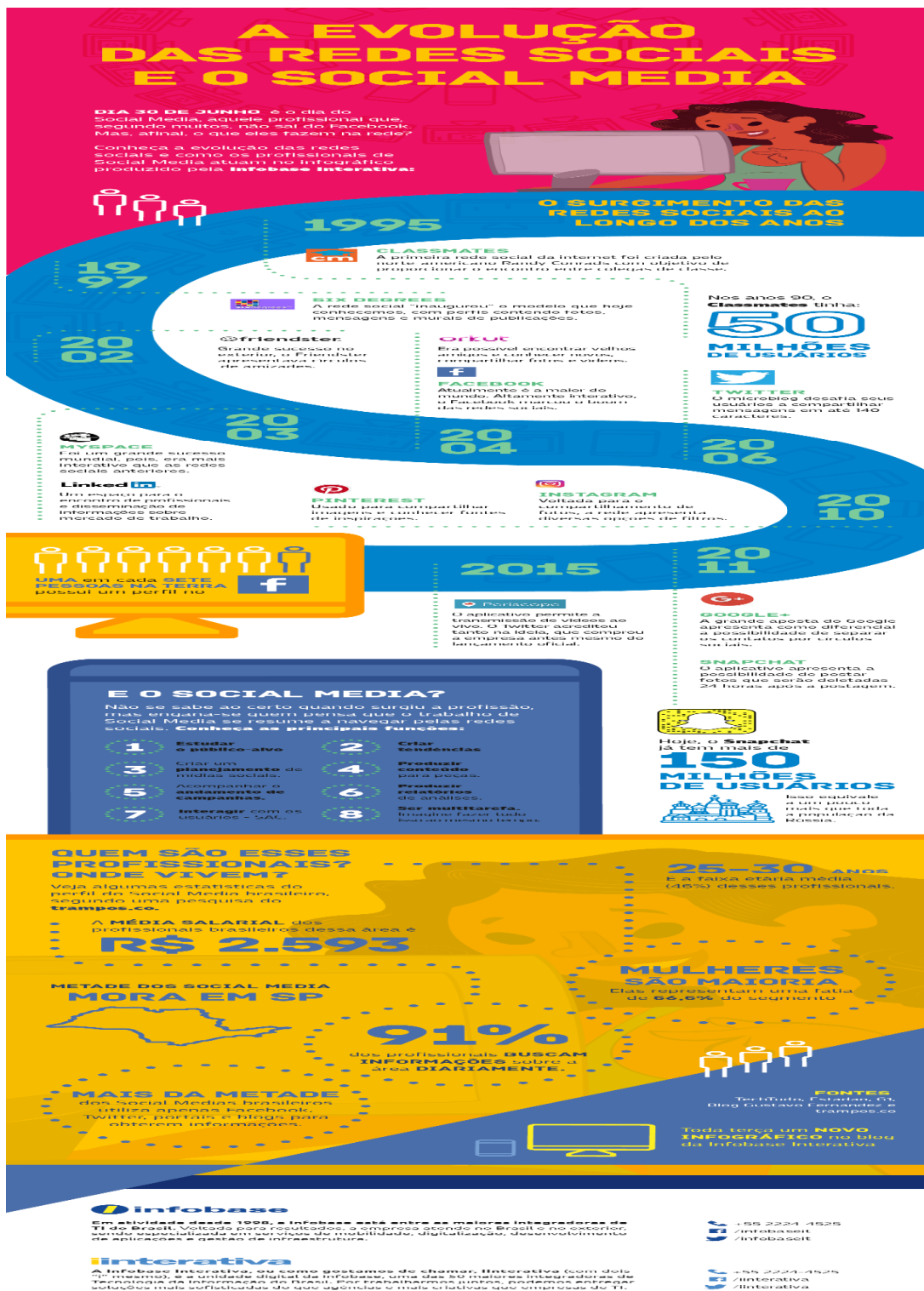
De acordo com Paula (2011) pode-se observar que a evolução da história das mídias sociais, está intrínseca à adesão de milhões de pessoas.

Porém, algumas dessas mídias tiveram um tempo de vida muito breve devido às mudanças e a criação de novas ferramentas, dando espaço assim, para o surgimento de outras. Essa duração foi influenciada não somente pelas mudanças e evolução das tecnologias, mas principalmente em virtude do comportamento dos interagentes em suas necessidades diárias de uso e compartilhamento do conhecimento e informação.

Observa-se também que especialmente a partir do ano 2000, as mídias sociais tornaram-se maior em número e passaram a ser mais interativas e colaborativas considerando os aspectos pessoais e profissionais dos seus interagentes.

Em 2010 surgiu o *Instagram*, um aplicativo de fotos e vídeos compartilhado pelos interagentes. Em 2011 surgiu o Google+ uma ferramenta que permite separar os contatos de acordo com os círculos sociais do interagente, padronizando e organizando seus contatos. E meados de 2013, foi criado o *Snapchat*, que permite que os interagentes compartilhem imagens e vídeos que só podem ser visualizados uma única vez, ou no máximo, 24 horas após a postagem.

Figura 2 - A evolução das redes sociais e o Social Media



Fonte: Interativa (2016, p. 1).

Essa evolução proporciona maior troca de informações e conhecimentos, no entanto, é necessária a interação entre os utilizadores das mídias sociais. Por isso, “[...] as mídias sociais podem ser definidas como a

interação interpessoal no meio eletrônico, e trata-se da produção de conteúdo de muitos para muitos” (REDES, 2011, p. 1), ou seja, de todo tipo de conteúdo.

De acordo com Prado (2015, p. 59), “[...] as redes sociais na internet (RSI), são definidas como relações humanas e toda troca, dinâmica informacional e envolvimento decorrente delas, ambientadas no espaço da internet.”

Neste contexto, as redes sociais são talvez as mais promissoras das tecnologias, pois permitem o envio e a recepção de mensagens instantâneas. Assim, o conteúdo pode ser produzido por um indivíduo ou por um grupo, bem como para um indivíduo ou para um grupo de indivíduos que compartilham interesses em comum.

De acordo com Coutto (2016) existem diferentes tipos de mídias sociais, como por exemplo, as apresentadas no Quadro 1 a seguir.

Quadro 1 – Tipos de mídias sociais

REDES SOCIAIS	São sites de relacionamento (<i>Facebook, Orkut, Google+</i> , etc) são ótimas ferramentas de divulgação e “viralização”, ficam ainda mais poderosas quando são usadas junto com um Blog.
BLOGS	São páginas na internet voltadas para a disseminação de pensamentos, mas as empresas podem se apoderar desta ferramenta para se relacionarem com o público-alvo que ela almeja, trabalhando o <i>Search Engine Optimization</i> - Otimização para Mecanismos de Buscas (SEO) para alcançá-los.
REDES SOCIAIS DE CONTEÚDO	São muito parecidas com as redes sociais normais, apenas focam mais na criação e no compartilhamento de conteúdo, como <i>YouTube, SlideShare, Flickr</i> , etc.
MICROBLOGS	Estas mídias sociais são voltadas para o compartilhamento de conteúdo de forma mais rápida e concisa. (<i>Twitter, Tumblr, Pownce</i>)
MUNDOS VIRTUAIS	Uma mídia social ainda pouco explorada são os simuladores da vida real como o <i>Second Life</i> .
JOGOS ON-LINE	É uma forma muito nova de mídia social que ainda não está sendo totalmente explorada.

Fonte: Coutto (2016).²

Verificou-se conforme o Quadro 1, que as redes sociais estão inseridas nas mídias sociais, e muitas vezes são confundidas entre si, mas para Coutto (2016), as redes sociais são diferentes das mídias sociais. Como apresentado por Coutto, as redes sociais, microblogs, mundos virtuais entre outros, são tipos de mídias sociais.

² COUTTO, Guilherme. **O que é mídia social?** 2016. Disponível em: <<http://www.marketingdigitaldicas.com.br/o-que-e-midia-social>> Acesso em: 05 nov. 2017.

O Quadro 2, aborda os tipos de redes sociais que estão inseridos nas mídias sociais.

Quadro 2 – Tipos e exemplos de redes sociais online

FOCO	SITES
Amizade, Informação, geral	<i>Orkut;</i> <i>Facebook;</i> <i>Hi5;</i> <i>Sonico;</i> <i>Badoo;</i> <i>Twitter</i>
Profissional (relações de trabalho e profissões)	<i>LinkedIn</i>
Apresentações	<i>Slideshare</i> <i>Scribd</i>
Imagens	<i>Visualize us</i>
Vídeos	<i>Youtube</i> <i>Vimeo</i>

Fonte: Gabriel (2010, p. 196 *apud* CARDOSO, 2016, p. 21).

Os Quadros 1 e 2 apresentam as redes e as mídias sociais, com o propósito de explicitar que as redes estão inseridas nas mídias.

Neste contexto, as mídias sociais estão presentes diretamente na vida das pessoas, pois as mesmas vivem conectadas independentes de sua classe social, e anseiam por estar sempre atentas ao que acontece no mundo.

Durante a revisão de literatura identificou-se que atualmente o universo das mídias sociais é composto por: “[...] blogs, microblogs (*Twitter*), redes sociais (*Facebook*), fóruns, e-groups, instant messengers, wikis, sites de Compartilhamento de conteúdo multimídia (*YouTube*, *Flickr*, *SlideShare*, *Vimeo*)”, entre outros. (QUINTANILHA, 2014).

De acordo com Recuero (2008), as mídias sociais possuem características próprias, como apresentado no Quadro 3:

Quadro 3 – Características das mídias sociais

CONVERSAÇÃO	Mídia social é conversação. Mais do que a mera participação, ela permite que os atores possam engajar-se de forma coletiva, através da cooperação. A possibilidade de conversação síncrona ou assíncrona é uma característica desse tipo de ferramenta.
DIVERSIDADE DE FLUXOS DE INFORMAÇÕES	A mídia social permite que vários fluxos de informações diferentes circulem através das estruturas sociais estabelecidas nela. Eles podem ser, inclusive, opostos e podem gerar mobilização social. Essa diversidade é uma característica desse tipo de mídia, consequência direta da Sociedade da Informação e das trocas sociais dos atores.
EMERGÊNCIA DE REDES SOCIAIS	A mídia social possibilita a emergência de redes sociais por meio de sua apropriação e conversação. Isso se deve ao fato de ela permite que os rastros da interação fiquem visíveis, bem como que a interação seja estendida no tempo e que as redes sociais sejam mais observáveis.
EMERGÊNCIA DE CAPITAL SOCIAL³ MEDIADO	A mídia social possibilita que novas formas de capital social surjam e sejam apropriadas. Ela permite também, a criação de valores coletivos e individuais mais facilmente perceptíveis pelos atores da rede.

Fonte: Recuero (2008, p. 1).

Nas mídias sociais, as pessoas podem compartilhar informações, entretanto, o conteúdo de uma mídia social requer sempre uma finalidade, e permite que qualquer pessoa possa contribuir com alguma informação a qualquer momento.

As mídias sociais proporcionam diversas oportunidades no âmbito profissional das mais diferentes áreas, pois possibilitam apresentar seus serviços e produções de Instituições públicas e privadas onde atuam, com o intuito de divulgar a própria Instituição e/ou de se autopromoverem.

Cada vez mais é perceptível a introdução das inovações tecnológicas nas unidades de informação (UI), como por exemplo, as mídias e redes sociais. Estas inovações permitem um avanço tanto para o espaço onde o interagente está inserido, quanto para a rápida localização da informação, de acordo com as necessidades do interagente.

Dentre essas unidades, estão as bibliotecas que devem ter políticas para acompanhar as inovações tecnológicas, por meio das atividades dos bibliotecários.

Atualmente, para ser estabelecida uma rápida comunicação entre as UI e seus interagentes, é necessário que elas estejam inseridas nas mídias

³ Capital social é o valor que cada nó, indivíduo, adquire, por meio das redes sociais a que pertence. (GABRIEL, 2010, p. 200).

sociais, pois, sua utilização tornou-se indispensável para este tipo de comunicação.

Conforme Corrêa (2016, p. 65),

[...] as bibliotecas precisam reinventar-se a fim de acompanhar as transformações da sociedade digital, e isso exige mais atitudes e ações aliadas ao conhecimento do uso das TIC do que propriamente uma revolução tecnológica.

Nesse cenário de informação superabundante e ultrarrápida, verifica-se a formação de um novo perfil de consumidores de informação, com características diferenciadas, adequadas a esse novo perfil. (CORRÊA, 2016, p. 61).

Assim, compreende-se que, para que haja uma ligação entre esses novos “consumidores de informação”, é preciso também que os Cursos de Graduação ajustem seus currículos de acordo com as novas exigências da sociedade que se utiliza das TIC em sua interação e partilha da informação e comunicação.

Nesse sentido, para melhorar ainda mais a qualidade dos serviços prestados pelas UI, os bibliotecários não devem estar voltados somente às estruturas físicas das bibliotecas, mas devem ser flexíveis e se utilizarem cada vez mais do universo das TIC, visto que as UI estão cada vez mais inseridas no ambiente virtual por meio das aplicações da computação em nuvem. E essa flexibilidade e aprendizagem deve ser repassada ao acadêmico durante o Curso de Graduação em Biblioteconomia.

Segundo Tomaél et. al. (2014, p. 94), “[...] as aplicações de computação em nuvem vêm sendo feitas há décadas, na forma de banco de dados bibliográficos e serviços de empréstimo entre bibliotecas.”

Um dos exemplos de computação em nuvem é o site *LibraryThing*, que disponibiliza recursos de catalogação e de rede social para que as pessoas incluam informações sobre livros e os que tenham interesse a partir dos livros, liguem-se a outras pessoas.

A computação em nuvem gerou mudanças no atendimento aos interagentes, podendo disponibilizar o material em diversos formatos e/ou facilitar a entrega de um documento, já que o mesmo está em nuvem e pode ser enviado ao interagente sem o mesmo estar presente fisicamente.

Com os dispositivos móveis, as pessoas podem estar conectadas e comunicar-se através das mídias sociais, dessa forma, obtendo informações de quaisquer portais, sites, *blogs*, entre outros.

Sendo assim, por meio dos dispositivos móveis, os interagentes podem realizar empréstimo virtual entre bibliotecas ou divulgar qualquer informação independente do lugar, desde que estejam conectados à internet.

Os conteúdos abordados sobre web 2.0, computação em nuvem e dispositivos móveis precisam ser ensinados ao acadêmico do Curso de Biblioteconomia, para que o mesmo, assim que estiver atuando no mercado de trabalho, possa ter facilidade no manuseio desses, podendo assim acompanhar a sociedade com suas tecnologias.

A aplicação do ensino das mídias sociais na Graduação do Curso de Biblioteconomia pode dar suporte ao acadêmico (no desenvolvimento dos seus trabalhos acadêmicos, pesquisas, entre outras atividades), bem como o prepara para sua futura atividade profissional.

O bibliotecário precisa realizar modificações no modo de executar seu trabalho com a inserção do uso das TIC, mas não somente em virtude delas, mas também pela mudança de comportamento dos interagentes das presentes gerações.

Em relação à formação do bibliotecário, sugerida pelas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), o egresso do Curso de Graduação de Biblioteconomia deve ter:

[...] o desenvolvimento de determinadas competências e habilidades e o domínio dos conteúdos da Biblioteconomia. Além de preparados para enfrentar com proficiência e criatividade os problemas de sua prática profissional, produzir e difundir conhecimentos, refletir criticamente sobre a realidade que os envolve, buscar aprimoramento contínuo e observar padrões éticos de conduta, os egressos dos referidos Cursos deverão ser capazes de atuar junto a instituições e serviços que demandem intervenções de natureza e alcance variados: bibliotecas, centros de documentação ou informação, centros culturais, serviços ou redes de informação, órgãos de gestão do patrimônio cultural etc. As IES poderão acentuar, nos projetos acadêmicos e na organização curricular, características do egresso que, sem prejuízo do patamar mínimo aqui considerado, componham perfis específicos (BRASIL, 2001 *apud* CARDOSO, 2016, p. 31).

As IES poderão por meio da inserção do ensino das mídias sociais, mudar o perfil dos bibliotecários, ou seja, suas competências e habilidades ao longo de sua carreira profissional. Assim, o egresso da Biblioteconomia conforme propõe as DCNs (BRASIL, 2001 *apud* CARDOSO, 2016, p. 31), deve possuir competências e habilidades gerais, dentre elas:

- Gerar produtos a partir dos conhecimentos adquiridos e divulgá-los;
 - Formular e executar políticas institucionais;
 - Elaborar, coordenar, executar e avaliar planos, programas e projetos;
 - Utilizar racionalmente os recursos disponíveis;
 - Desenvolver e utilizar novas tecnologias;
 - Traduzir as necessidades de indivíduos, grupos e comunidades nas respectivas áreas de atuação;
 - Desenvolver atividades profissionais autônomas, de modo a orientar, dirigir, assessorar, prestar consultoria, realizar perícias e emitir laudos técnicos e pareceres;
 - Responder a demandas sociais de informação produzidas pelas transformações tecnológicas que caracterizam o mundo contemporâneo.
- Competências e habilidades específicas:
- Interagir e agregar valor nos processos de geração, transferência e uso da informação, em todo e qualquer ambiente;
 - Criticar, investigar, propor, planejar, executar e avaliar recursos e produtos de informação;
 - Trabalhar com fontes de informação de qualquer natureza;
 - Processar a informação registrada em diferentes tipos de suporte, mediante a aplicação de conhecimentos teóricos e práticos de coleta, processamento, armazenamento e difusão da informação;
 - Realizar pesquisas relativas a produtos, processamento, transferência e uso da informação.

As competências e habilidades do bibliotecário se modificam ao longo de sua atuação. Dessa forma, o bibliotecário ao inserir as mídias sociais no seu ambiente de atuação profissional, pode proporcionar mudanças nas atitudes de seus interagentes.

3 CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA

Os cursos de Biblioteconomia no Brasil têm como objetivo formar profissionais para atuar em UI tais como: bibliotecas públicas e privadas,

bibliotecas digitais, escolares, universitárias, especializadas, arquivos, museus, centros culturais, editoras, entre outros.

A introdução de ferramentas *Web 2.0* em sites de bibliotecas, segundo Joint (2010 *apud* CARDOSO, 2016, p. 27),

[...] encoraja a interação-comunicação entre os usuários e as bibliotecas, que vai além das instalações físicas, ampliam o potencial dos serviços de informação para usuários localizados em diferentes espaços geográficos. Desse modo, o modelo Biblioteca 2.0 não só permite, mas incentiva a participação do usuário/cliente na utilização de serviços e também na gestão.

O estudante de Graduação em Biblioteconomia deve adquirir conhecimentos e habilidades necessários para armazenar, recuperar e disseminar a informação em qualquer meio ou recurso informacional, seja ele físico ou virtual, bem como deve ser capacitado para atuar nos processos de atividades técnicas, tais como catalogação, classificação e indexação, na gestão de informação, se utilizando das modernas técnicas de Gestão e TIC.

Dentre as tecnologias utilizadas podemos citar a internet, que se tornou um meio indispensável para o mercado de trabalho do bibliotecário que venha a atuar em diferentes segmentos. O advento da internet facilitou o trabalho do bibliotecário, auxiliando-o na busca, recuperação e disseminação da informação de forma rápida e eficiente.

Segundo Bastos (2013, p. 2),

A evolução dessa grande rede planetária, a partir da web 2.0, interativa e colaborativa, fez surgir um fenômeno chamado mídias sociais. O impacto dessas novas Tecnologias da informação e comunicação junto a evolução da grande rede possibilitou o acesso ao ciberespaço e, por conseguinte acarretou uma proliferação das mídias sociais nesse novo ambiente.

Muitas questões estão envolvidas quando se trata de mídias sociais, como a ética na divulgação de informações. O bibliotecário deve estar imbuído de conhecimentos profissionais e éticos para saber agir e reagir com pertinência; saber combinar recursos e mobilizá-los em um contexto; saber transpor (capacidade de aprendizado e adaptação); saber aprender e aprender

a aprender; e, por fim, saber envolver-se. (LE BOTERF, 2003, p. 6 *apud* SILVA, 2009, p. 82).

Portanto, o acadêmico de Graduação de Biblioteconomia deve ter uma consciência ética, habilidades e qualidades para desenvolver atividades com as mídias sociais no seu fazer profissional. Estas habilidades devem ser adquiridas no ensino da Graduação dos Cursos de Biblioteconomia, inseridas na matriz curricular dos Cursos.

Para identificar como ocorre o ensino das mídias sociais nos cursos de biblioteconomia do Sul do país, foi realizado uma pesquisa com os cursos de Biblioteconomia das Instituições de Ensino Superior no período de março a novembro de 2016: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (URGS), a Universidade Comunitária da Região de Chapecó (UNOCHAPECÓ), a Universidade Estadual de Londrina (UEL), Fundação Universidade Federal do Rio Grande (FURG), Universidade de Caxias do Sul (UCS) e a Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Se utilizou de questionários encaminhados aos chefes de Departamento e do levantamento às matrizes curriculares dos Cursos disponíveis na rede. O questionário foi enviado pelo *GoogleForms* por sua interface intuitiva e de fácil manuseabilidade, tanto para os participantes da pesquisa, quanto para o pesquisador. O questionário foi validado antes de sua aplicação.

A partir da coleta de dados, foi possível identificar como está sendo abordado o ensino das mídias sociais nos Cursos da região Sul no Brasil.

4 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS

Após a coleta de dados, foi realizado o tratamento e a análise dos dados com vistas a alcançar os objetivos da pesquisa. A primeira etapa da coleta dos dados foi realizada nos portais das Universidades para posterior análise das matrizes curriculares dos Cursos de Biblioteconomia da região sul do Brasil.

Num total de 07 IES pesquisadas, identificou-se que somente 04 possuem a ementa ou plano de ensino das disciplinas disponíveis em seus portais. Portanto, na análise realizada não foi considerada a ementa, mas

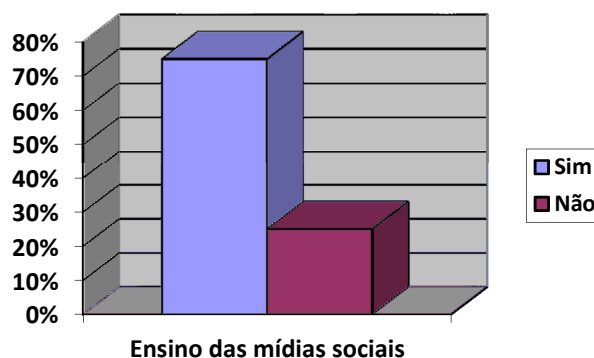
considerou-se a avaliação das matrizes curriculares dos cursos, visto que as mesmas estão disponíveis em todos os portais das IES.

No decorrer da análise das matrizes curriculares, identificou-se que os cursos não utilizam em suas matrizes o termo mídias sociais. A partir desta identificação, houve a aplicação do questionário para investigar o ensino das mídias sociais, que poderia estar implícito nas disciplinas existentes. O questionário foi enviado aos coordenadores e chefes de Departamento dos Cursos de Graduação de Biblioteconomia das IES, com 6 questões (abertas e fechadas). Do total de 07 questionários enviados somente 04 (quatro) retornaram. A seguir é apresentada a análise do retorno dos questionários.

O termo mídias sociais não foi utilizado para identificar o ensino das mídias sociais nas matrizes curriculares, pois na pesquisa aos portais das IES, foi verificado que este termo não existia nas matrizes curriculares. Dessa forma, foram utilizados nesta pesquisa os termos redes sociais, *Facebook*, *Twitter*, *blogs* e internet.

A questão 1 abordou a existência do ensino das mídias sociais nas matrizes curriculares dos Curso de Biblioteconomia da Instituição na região estudada, apresentado no Gráfico 1:

Gráfico 1 – Ensino das mídias sociais nas matrizes curriculares



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A partir do Gráfico 1, verificou-se que 75% das IES que responderam o questionário, realizam o ensino das mídias sociais em suas Instituições, e somente 25% das IES pesquisadas não utilizam.

A Questão 2 está relacionada à primeira, pois no caso das instituições que realizam o ensino das mídias sociais, questionou-se em qual disciplina este ensino é abordado. O Quadro 3 apresenta a análise da questão 2 em que os respondentes foram identificados pelas letras R e por numeração sequencial: R1, R2, R3 e R4.

Quadro 4 – Análise da questão número 2

IES	RESPONDENTES
IES 1	R1: Informação na web, fontes gerais de informação.
IES 2	R2: Fontes de informação
IES 3	R3: Não há uma disciplina específica, mas conteúdos que perpassam por diversas disciplinas: Marketing em unidades de informação, fontes de informação, desenvolvimentos de portais, comunicação científica
IES 4	R4: Não possui

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

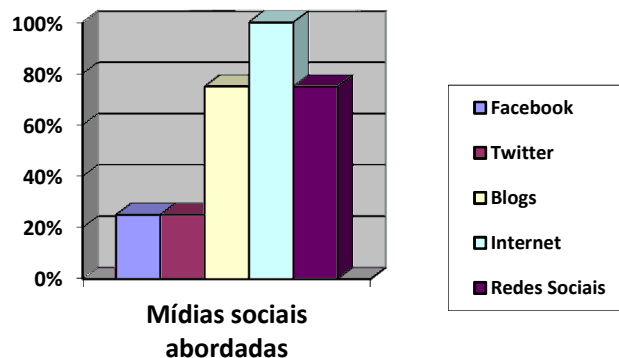
Dentre as respondentes, 3 afirmaram que possuem o ensino das mídias sociais em suas matrizes curriculares e somente uma não possui este ensino em sua matriz curricular.

Dessa forma, foi constatado que dentre as IES 1, 2 e 3, pode-se verificar que o ensino das mídias sociais na disciplina Fontes de Informação são comuns a todas.

O R3 não especifica uma disciplina que aborda as mídias sociais, mas afirma que possui disciplinas que perpassam por este ensino, como marketing em unidades de informação, fontes de informação, desenvolvimentos de portais e comunicação científica.

A questão 3 solicitou ao respondente que selecionasse quais mídias sociais são abordadas nas disciplinas do Curso de Biblioteconomia da Instituição em que atua, representada no gráfico 2.

Gráfico 2 – Mídias sociais abordadas nas disciplinas



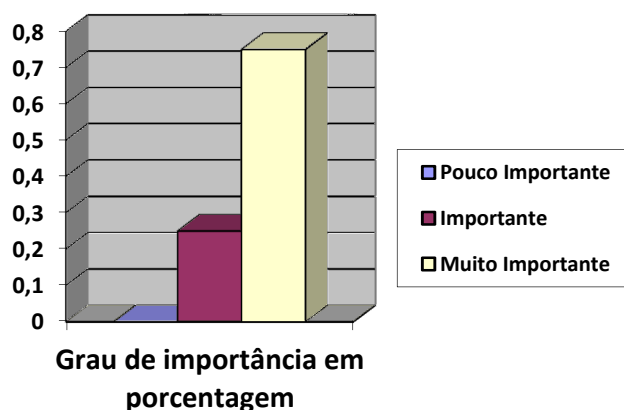
Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Na questão 3, representada no gráfico 2, foi observado que 100% das IES que responderam o questionário tem em sua matriz curricular das disciplinas o estudo e uso da internet em alguma disciplina do Curso de Biblioteconomia, enquanto deste total, 75% abordam o ensino sobre *Blogs* e *Redes Sociais* e 25% sobre *Facebook* e *Twitter*.

Pode-se concluir com esta questão que todas as disciplinas têm em suas matrizes o conteúdo sobre a internet, porém o ensino sobre *Facebook* e *Twitter*, ainda não tem a mesma abordagem, mesmo identificando que no atual contexto social, estas redes sociais são muito utilizadas e podem auxiliar nas atividades do bibliotecário.

A questão 4 se refere ao grau de importância de acordo com a Escala de Likert com vistas a identificar o ensino das mídias sociais nos Cursos de Biblioteconomia conforme Gráfico 3.

Gráfico 3 – Grau de importância do ensino das mídias sociais



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Pode-se verificar na questão 4 que 75%, que equivale a 03 respondentes, consideram muito importante o ensino das mídias sociais e somente 25%, ou seja, 01 dos respondentes, considera importante este ensino nos Cursos de Graduação de Biblioteconomia.

Como questão aberta, na pergunta número 5 os respondentes justificaram suas respostas relacionadas à questão 4, sobre o porquê consideraram muito importante ou importante a inclusão do ensino das mídias sociais nas matrizes curriculares dos cursos.

Quadro 5 – Questão número 5 do questionário

IES	RESPONDENTES
IES 1	R1: Através das redes sociais é possível disponibilizar o catálogo online da biblioteca facilitando a busca e renovação de materiais. Realizar divulgação dos serviços prestados, promover eventos, entre outros.
IES 2	R2: São novas alternativas de produção, consumo e compartilhamento de informações.
IES 3	R3: Porque são meios de comunicação e veículos de informação que demandam curadoria, mediação e organização.
IES 4	R4: É uma ferramenta presente no cotidiano e se constitui fonte de informação.

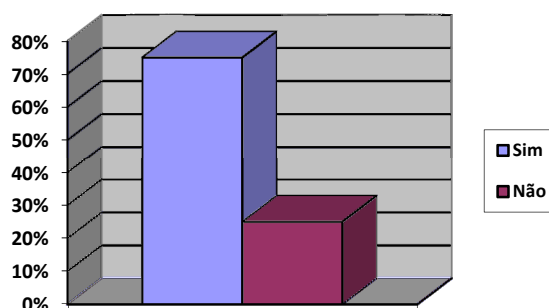
Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Após a análise, constatou-se que de modo geral, a maioria dos respondentes possuem o ensino de mídias sociais em suas IES e acreditam

que este ensino é muito importante para o Curso de Graduação em Biblioteconomia.

Na questão 6, verificou-se o interesse dos respondentes em receber os resultados desta pesquisa, conforme apresentado no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Interesse em recebimento dos resultados



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

De acordo com o gráfico 4, 75% responderam que gostariam de receber os resultados desta pesquisa, e 25% não tem interesse em recebê-la.

Por meio desta pesquisa, pode-se concluir que dentre as IES que responderam ao questionário, somente uma não possui o ensino das mídias sociais, e as IES que possuem não utilizam os termos *Blogs*, *Internet*, *Facebook*, *Twitter* e *Redes Sociais* em suas matrizes curriculares.

Constatou-se que a disciplina *Fontes de Informação* aborda o ensino das mídias sociais, porém, existem outras disciplinas que perpassam este ensino, como identificado na resposta do R3, que possui as disciplinas seguintes: *marketing em unidades de informação*, *fontes de informação*, *desenvolvimentos de portais e comunicação científica*.

Conforme o MEC⁴ (2016), no Brasil existem quarenta e nove IES que oferecem o Curso de Graduação em Biblioteconomia, no entanto, não foi localizado na literatura se é oferecido na matriz curricular desses Cursos o ensino das mídias sociais. Verificou-se após a análise das matrizes curriculares das IES dos Cursos de Graduação em Biblioteconomia do sul do Brasil, que

⁴ Dados do Portal do Ministério da Educação. **Instituições de Educação Superior e Cursos Cadastrados**, 2016. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>> Acesso em: 15 nov. 2016.

não consta o termo mídias sociais, mas há a iniciativa e a preocupação destas IES em proporcionar aos acadêmicos o ensino/aprendizagem com qualidade com o uso das TIC em seu contexto educacional em consonância com as necessidades informacionais da sociedade.

5 CONCLUSÃO

Após o tratamento e análise dos dados conclui-se que as matrizes curriculares dos Cursos de Graduação em Biblioteconomia não possuem uma disciplina sobre o uso das mídias sociais, no entanto, 75% dos respondentes considera muito importante sua inclusão nas matrizes curriculares dos cursos.

Com a constante atualização e inovação das TIC, torna-se necessário acompanhar o desenvolvimento das mídias sociais e sua inserção nos cursos como instrumentos de ensino e aprendizagem, possibilitando aos acadêmicos o despertar do interesse nos cursos, visto que as mídias fazem parte do seu fazer diário, e sua interação com a sociedade e o meio em que vive.

Nesse contexto, esta pesquisa apresenta como contribuição proporcionar novas discussões sobre as mídias sociais na área da Biblioteconomia e da Ciência da Informação, bem como oferecer subsídios para reflexões do profissional sobre o uso das novas ferramentas de trabalho, unindo teoria e prática em sua área de atuação.

O presente artigo ao trazer as contribuições da pesquisa destaca a necessidade dos Cursos se manterem atualizados com as mídias sociais e as novas tendências tecnológicas, favorecendo a divulgação da profissão e do trabalho do bibliotecário, considerado como um dos benefícios das mídias sociais para a profissão e a sociedade.

Considera-se que a academia deve acompanhar as novas tendências da área Biblioteconômica e propor ajustes em sua matriz curricular, respeitando suas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), mas ao mesmo tempo, buscando atender às novas exigências do mercado cada vez mais competitivo e inovador.

REFERÊNCIAS

- BASTOS, A. W. B. O Bibliotecário brasileiro e suas habilidades no uso das mídias sociais na internet: estudo de caso blog AWBB. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25., 2013, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis: UFC, 2013. Disponível em: <<https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1419/1420>>. Acesso em: 11 abr. 2016.
- CARDOSO, A. C. L. **O ensino das mídias sociais nos cursos de Graduação em Biblioteconomia do Sul do Brasil**. 48 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em: <<http://sistemabu.udesc.br/pergamumweb/vinculos/00002f/00002fed.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2016.
- CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- CORRÊA, E. C. D. Consumidor de informação 3.0. In: PRADO, J. do (Org.). **Ideias emergentes em Biblioteconomia**. São Paulo: FEBAB, 2016. p. 60-68. Disponível em: <www.ideiasemergentes.wordpress.com>. Acesso em: 30 maio 2016.
- COUTTO, G. **O que é mídia social?** 2016. Disponível em: <<http://www.marketingdigitaldicas.com.br/o-que-e-midia-social>>. Acesso em: 05 nov. 2016.
- GABRIEL, M. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias**. São Paulo: Novatec, 2010.
- IINTERATIVA. **A evolução das redes sociais e o Social Media**. 2016. Disponível em: <<http://www.iinterativa.com.br/infografico-evolucao-das-redes-sociais-social-media/>>. Acesso em: 26 jul. 2016.
- LIMA, A. P. L.; FREIRE, I. M. As mídias sociais de olho na CI na perspectiva da disseminação da informação. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 19, n. 39, p. 113-132, jan./abr. 2014.
- PAULA, R. de. **A história das mídias sociais**, 2011. Disponível em: <<http://www.midiassociais.net/2010/11/a-historia-das-midias-sociais/>>. Acesso em: 25 set. 2016.

PRADO, J. M. K. do. **Presença digital de bibliotecas universitárias: diretrizes para o uso de mídias sociais.** 2015. 233 f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Unidades de Informação) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2015. Disponível em: <http://tede.udesc.br/tde_arquivos/35/TDE-2015-08-27T171250Z-2205/Publico/123094.pdf>. Acesso em: 17 out. 2016.

QUINTANILHA, P. **O que são mídias sociais?** 2014. Disponível em: <<http://www.pedroquintanilha.com.br/midias-sociais/o-que-sao-midias-sociais/>>. Acesso em: 19 out. 2016.

RECUERO, R. O que é mídia social? **Social Media**, 2008. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/o_que_e_midia_social.html>. Acesso em: 15 set. 2016.

Redes sociais, mídias sociais e mídias digitais. Qual a diferença? 2011. Disponível em: <<https://rpnarede.wordpress.com/2011/02/21/redes-sociais-midias-sociais-e-midias-digitais-qual-a-diferenca/>>. Acesso em: 20 set. 2016.

SILVA, L. C. da. **Competências essenciais exigidas do bibliotecário frente aos desafios da sociedade da informação:** um estudo dos profissionais de Goiânia – GO. Brasília, 2009, 248 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília, 2009. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/4258/1/2009_LucianaCandidadaSilva.pdf>. Acesso em: 24 maio de 2016.

TOMAÉL, M. I. et. al. Práticas de inovação do bibliotecário no ambiente virtual. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação.** v. 19, n. 39, p. 83-112, jan./abr., 2014. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/brapci/v/a/15654>>. Acesso em: 19 set. 2016.

THE TEACHING OF SOCIAL MEDIA IN THE COURSES OF GRADUATION IN BIBLIOTECONOMICS OF THE SOUTH OF BRAZIL

ABSTRACT

Introduction: Globalization and ICT have contributed to the emergence of new professional demands. In this way, the librarian, as information manager, came to have a broader field of action. **Objective:** This work presents social media as a resource for the librarian's work and investigates the teaching of social media in the curricular matrices of the undergraduate courses in Librarianship of Higher Education Institutions of the South region of Brazil, verifying the approach to the terms social networks,

Facebook, Twitter, blogs and the internet; as well as the knowledge of the disciplines that have the teaching of social media in their curricula. **Methodology:** In the methodological procedures, we presented the research universe, which are the seven Institutions of Higher Education, namely: in Santa Catarina, UDESC, UFSC and Community University of the Region of Chapecó; in Paraná to UEL, and; in Rio Grande do Sul, UFRGS, FURG and the University of Caxias do Sul. Data collection was carried out on the sites of the librarianship courses of these institutions and the questionnaire was applied to the coordinators and heads of the courses. **Results:** In the results, it was verified that in three of the aforementioned institutions, there is the teaching of social media in the Graduate Course in Librarianship. **Conclusions:** More and more social media is part of the daily life of librarianship scholars and this is an immutable reality. It was concluded that 75% of the respondents consider it very important to include social media in the curricular matrices of the courses, to hold discussions on social media in the area of Librarianship and Information Science, as well as to offer subsidies for professional reflections on the use of the new tools of work, uniting theory and practice in its area of activity. It also points out the need for courses to keep up with social media and new technological trends, proposes adjustments in its curricular matrix, respecting its National Curricular Guidelines (DCNs), but at the same time, seeking to meet the new requirements of the market more and more competitive and innovative.

Descriptors: Librarianship - Graduation. Curriculum. Social media.

LA ENSEÑANZA DE LOS MEDIOS SOCIALES EN LOS CURSOS DE GRADUACIÓN EN BIBLIOTECONOMÍA DEL SUR DEL BRASIL

RESUMEN

Introducción: La globalización y las TIC contribuyeron al surgimiento de nuevas exigencias profesionales. De esta forma, el bibliotecario, como gestor de la información, pasó a tener un campo de actuación más amplio. **Objetivo:** Este trabajo presenta los medios sociales como un recurso para el trabajo del bibliotecario e investiga la enseñanza de los medios sociales en las matrices curriculares de los Cursos de Graduación en Biblioteconomía de las Instituciones de Enseñanza Superior de la región Sur de Brasil, verificando el abordaje de los términos redes sociales, Facebook, Twitter, blogs e internet; así como el conocimiento de las disciplinas que tienen la enseñanza de los medios sociales en sus currículos. **Metodología:** En los procedimientos metodológicos, fueron presentados el universo de la investigación, que son las siete Instituciones de Enseñanza Superior, a saber: en Santa Catarina, la UDESC, UFSC y la Universidad Comunitaria de la Región de Chapecó; en el Paraná la UEL, y; en el Río Grande del Sur, la UFRGS, la FURG y la Universidad de Caxias do Sul. Para la recolección de datos, se realizó el levantamiento en los sitios de los cursos de Biblioteconomía de estas instituciones y la aplicación del cuestionario a los coordinadores y jefes de los cursos. **Resultados:** En los resultados se constató que en tres de las Instituciones arriba citadas, existe la enseñanza de los medios sociales en el Curso de Graduación en Biblioteconomía. **Conclusiones:** Cada vez más los medios sociales forman parte del cotidiano de los académicos de biblioteconomía y esa es una realidad inmutable. Se concluyó que el 75% de los encuestados considera muy importante incluir los medios sociales en las matrices curriculares de los cursos,

realizar discusiones sobre los medios sociales en el área de Biblioteconomía y Ciencia de la Información, así como ofrecer subsidios para reflexiones del profesional sobre el uso de las nuevas herramientas de trabajo, uniendo teoría y práctica en su área de actuación. También apunta la necesidad de que los cursos se mantengan actualizados con los medios sociales y las nuevas tendencias tecnológicas, propone ajustes en su matriz curricular, respetando sus Directrices Curriculares Nacionales (DCNs), pero al mismo tiempo, buscando atender a las nuevas exigencias del mercado cada vez más competitivo e innovador.

Descritores: Biblioteconomía - Graduación. Matriz curricular. Redes sociales.

Recebido: 20.10.2017

Aceito: 28.12.2017