

AÇÕES DE COMUNICAÇÃO EM REDE PRATICADAS PELAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS EM PLATAFORMAS DE MÍDIAS SOCIAIS

NETWORK COMMUNICATION ACTIONS PRACTICED BY UNIVERSITY LIBRARIES ON SOCIAL MEDIA PLATFORMS

Walqueline da Silva Araújo^a
Gustavo Henrique de Araújo Freire^b

RESUMO

Objetivo: Categorizar as ações comunicacionais desempenhadas nas mídias sociais pelas bibliotecas universitárias participantes da pesquisa. **Metodologia:** A pesquisa é de natureza exploratória e possui abordagem qualitativa e quantitativa, tendo em vista que este tipo de abordagem visa quantificar dados coletados, bem como, identificar características, perfis e estruturas, respectivamente. Para analisar os dados coletados utilizou-se o método da análise de conteúdo. Logo, o campo da pesquisa foi representado por quinze bibliotecas que obtiveram destaque na web, conforme o ranking do *Webometrics*, sendo cinco bibliotecas da Europa, cinco bibliotecas da América do Norte e cinco bibliotecas da América Latina. **Resultados:** Após a análise categorial dos dados coletados o estudo apresenta seis categorias de ações praticadas pelas bibliotecas universitárias nas plataformas de mídias sociais. **Conclusões:** Cabe ressaltar que o mais importante no processo comunicativo digital por meio das plataformas de mídias sociais, é manter uma postura ativa, considerando o planejamento de conteúdos personalizados para o público-alvo, mantendo um diálogo bidirecional, no qual o usuário se sinta parte integrante e importante, sendo acolhido em suas necessidades e desejos de informação.

Descritores: Biblioteca universitária. Informação digital. Gestão da informação. Comunicação em rede. Mídias sociais.

^a Doutora pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Bibliotecária Documentalista na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Paraíba, Brasil. E-mail: walqueline.araujo@gmail.com.

^b Doutor pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Docente do Departamento de Biblioteconomia da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: ghafreire@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento tecnológico aliado à internet no contexto da comunicação em rede, tem favorecido sobremaneira as possibilidades, tanto de gerenciar as informações a serem compartilhadas nas plataformas de mídias sociais das bibliotecas, quanto de se relacionar com os usuários. São diversos os formatos que a informação pode chegar até o público-alvo, a exemplo de vídeos, imagens estáticas ou em movimento, podcasts, entre outras.

O importante é que o compartilhamento das informações gere engajamento e também atinja o seu objetivo que é a assimilação por parte dos usuários. Corroborando com essa ideia, Rabello (2012, p. 3) afirma que o campo de estudo da Ciência da Informação (CI) está relacionado “à geração de produtos documentais e à serviços de informação, com vistas à organização da informação, somada à utilização de tecnologias de recuperação da informação para a sua disponibilização e acesso, visando ao uso”.

O advento das tecnologias digitais trouxe mudanças significativas nos processos de gerenciamento da informação, a diferença fundamental encontra-se nos vários suportes nos quais a informação está registrada, como também no enorme volume que é produzido diariamente. Como assevera Regly (2022) quando se refere aos dados que circulam por meio dos aparelhos tecnológicos, afirmindo que os profissionais da informação precisam desenvolver competências que propiciem uma efetiva mediação da informação por meio de novas atividades que envolvem o planejamento, o gerenciamento, a curadoria, a visualização e a análise de dados.

Acerca da comunicação por meio dos canais inovadores de comunicação, isto exige muito mais do que apenas criar um perfil institucional nas plataformas de mídias sociais, uma vez que exige dos bibliotecários uma postura ativa permanentemente, no estudo de usuários, nos estudos das métricas que as plataformas entregam acerca de acesso e engajamento dos conteúdos compartilhados, para que, de posse desses dados, seja possível realizar um planejamento do conteúdo informacional que será disseminado na rede, é necessário proatividade para estabelecer relações de sucesso com os usuários.

Corroborando com essa ideia Santos (2021, p. 102) assevera que a forma como cada bibliotecário enxergará as oportunidades poderão ser decisivas quanto à sua atuação no futuro, ressaltando que as habilidades tecnológicas podem ser adquiridas a qualquer tempo e as competências profissionais mais valiosas neste contexto, segundo a autora são: a proatividade, a resiliência e a habilidade para desenvolver parcerias.

Este estudo se constitui parte de uma pesquisa de doutorado e possui a seguinte **pergunta de pesquisa**: quais as ações comunicacionais desempenhadas nas mídias sociais pelas bibliotecas que integram o escopo do estudo?

Neste sentido, este estudo tem como **objetivo**: categorizar as ações comunicacionais desempenhadas nas mídias sociais pelas bibliotecas universitárias participantes da pesquisa.

Como **justificativa** a pesquisa envolve a necessidade de se conhecer quais os conteúdos ou categorias de conteúdos estão sendo compartilhados nos espaços digitais de comunicação em rede utilizados pelas bibliotecas universitárias, no intuito de divulgar seus produtos e serviços de informação, bem como estabelecer e fidelizar o relacionamento com seus usuários.

2 GESTÃO DA INFORMAÇÃO DIGITAL

A informação é um recurso infinito, e quanto mais é selecionada estrategicamente, mais agrega valor ao contexto no qual é utilizada.

A informação digital se torna uma mola propulsora no desenvolvimento do indivíduo e da sociedade e a forma de gerir essa informação é o grande diferencial no fazer diário do cientista da informação. Entender como essa informação digital se constitui e as formas de gerir veem sendo uma preocupação dos seus produtores e gestores (Perfetto; Reis; Paletta, 2023, p.3).

Diante disso, a informação é um componente relevante das atividades humanas que precisa ser gerido em todo seu ciclo de maneira eficiente para gerar riquezas e promover a evolução da sociedade. De acordo com Choo, Bergeron, Detlor e Heaton (2008) a informação pode ser percebida em três níveis: - **informação enquanto um objeto**: que pode ser empacotada e

direcionada para estimular uma experiência dentro de um contexto determinado;

- **informação enquanto um processo de construção da realidade:** utilizada para a criação de novos conhecimentos e ideias; - **informação enquanto uma força:** que interfere no modelo mental dos seres humanos, transformando seus julgamentos, experiências e competências.

Na sociedade contemporânea, “o conceito de informação mostra-se carregado de uma plurissignificação que muitas vezes seu entendimento torna-se comprometido, seja no âmbito do senso comum, seja nos espaços acadêmicos” (Santana, 2013, p. 5). Não existe um conceito único de informação, e seus pressupostos conceituais têm sido objeto discutido entre numerosos estudiosos ao longo dos anos. Diante das diversas percepções existentes acerca da informação, os autores Thellefsen, Thellefsen e Sørensen (2018, tradução nossa) chegaram à conclusão de que diferentes conceitos são baseados em práticas distintas e condições filosóficas diferentes.

Contudo, tomando por base 0000a definição de Capurro e Hjorland (2007, p. 149), ao dizer que “o conceito de informação, no sentido de conhecimento comunicado, desempenha um papel central na sociedade”, considera-se que esse conceito se adequa bem ao estudo, visto que ele pode ser aplicado na sociedade contemporânea. Pois, precisa-se de informações para a realização das mais básicas, às mais complexas atividades cotidianas. Com o advento das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs) a informação tem sido bastante acessada por meio dos aparelhos digitais conectados à internet em amplitude global. No que se refere à informação digital, Oliveira, Vidotti e Bentes (2012) atribuem a definição de que toda informação digital é reproduzida por meio de códigos binários de linguagem e arquivada em estruturas digitais, sendo recuperada e acessada posteriormente por meio dos dispositivos computacionais.

Independente do suporte no qual a informação esteja registrada, seja em papel ou em dispositivos digitais, ela não varia em relação à maneira como é percebida, todavia há uma mudança na forma como é gerenciada e processada tecnicamente. “A informação digital traz consigo uma série de benefícios tais como disponibilidade, reprodução, armazenamento e recuperação, sendo ainda

intermediado por sistemas de informação que podem nos auxiliar neste processo" (Perfetto; Reis; Paletta, 2023, p. 3).

A inovação tecnológica que vem digitalizando os processos de gestão da informação (GI) abriu novos caminhos, desafios, oportunidades e possibilidades. Na sociedade em rede todas as atividades desenvolvidas passaram a ser repensadas digitalmente, a exemplo das práticas cotidianas do tratamento técnico da informação, tais como a identificação, a seleção, o armazenamento e a disseminação, como também o processo de interação com o público-alvo. Assim, a tecnologia digital orientada para usuários, produtos e serviços de informação, possibilita uma experiência que supera a expectativa do tradicional, utilizando as TDICs para uma vivência dinâmica e inovadora. Covolo, Council e Queensland (2017, p. 5) assevera que agora está mais fácil "criar e compartilhar informações em vários formatos. Como resultado, documentos em papel têm sido suplementado - e em muitos casos suplantado – por blogs, tweets, [...] e outros tipos de novos meios de comunicação".

Na contemporaneidade, instituições com ou sem fins lucrativos tratam a informação como um recurso valoroso, uma vez que selecionada de maneira estratégica ela possibilita a resolução das demandas do cotidiano. Assim, para que a informação seja identificada, selecionada e disseminada de maneira eficaz, é necessário que haja elementos bases para sua gestão, tais como, as pessoas que irão gerenciar os estoques informacionais, o conteúdo a ser gerenciado e as tecnologias que darão suporte nesse processo de gerenciamento, sobretudo, no que se refere ao armazenamento e disseminação do conteúdo digital. Baseado em Souza, Dias e Nassif (2011) temos que: **pessoas** – são capacitadas para que compartilhem a informação tratada, precisa e fidedigna; **conteúdo** – é nesse contexto que se apresentam os processos de gestão da informação. A identificação, a seleção e a disseminação da informação; **tecnologia** – sustenta as funções operacionais da gestão da informação, tais como possibilitar suportes/canais adequados para organização, armazenamento e compartilhamento da informação.

Gerenciar de maneira eficiente os estoques de informação digital na sociedade em rede tem se revelado um grande cenário a ser explorado pelas

bibliotecas, visto que a eficiência da informação na busca por criar conhecimento e assim modificar o indivíduo, a sociedade e as organizações se consolida quando administrada e gerenciada de forma adequada (Perfetto; Reis; Paletta, 2023).

Esse cenário ancorado na informação digital se mostra totalmente voltado para a questão do acesso rápido e dinâmico aos estoques de informação. Com isso, a presença da biblioteca no contexto digital, buscando meios e tecnologias que possibilitem estar cada vez mais próximo do seu usuário é imprescindível. Diante do exposto, a gestão das tecnologias digitais e das informações que circulam por meio delas tem sido o grande desafio no contexto das bibliotecas contemporâneas.

3 GESTÃO DA INFORMAÇÃO EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

Ao inserir as TDICs nas práticas cotidianas da biblioteca, o gerenciamento dos seus produtos e serviços, bem como sua estratégia de comunicação passam por modificações significativas. A incorporação dos artefatos tecnológicos torna mais célere o ciclo de tratamento informacional. Com isso, é fundamental esboçar novos caminhos no que se refere ao gerenciamento da informação.

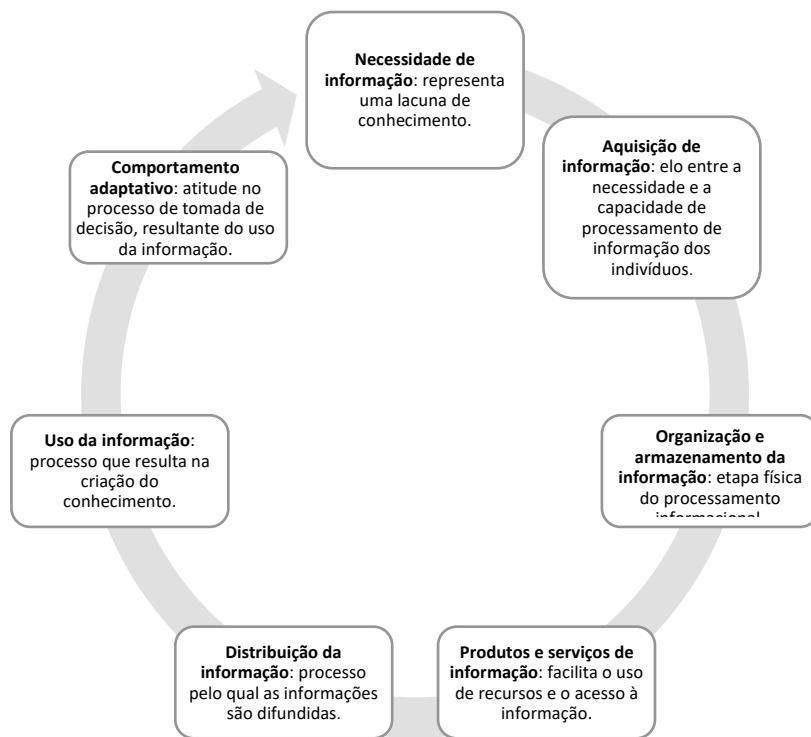
Neste sentido, a GI possui um viés que ultrapassa a perspectiva tecnicista dos processos que envolvem o tratamento da informação, como identificar, selecionar, catalogar, armazenar e disseminar. Além disso, a GI objetiva orientar maneiras de adaptação em um ambiente que envolva grandes mudanças, como é o caso da incorporação da tecnologia digital nas bibliotecas, delineando alternativas para o uso eficiente do estoque informacional que a biblioteca possui. Detlor (2010, p. 103, tradução nossa) pontua que “o gerenciamento de informações é o gerenciamento dos processos e sistemas [...] e tem como objetivo ajudar pessoas e organizações a acessar, processar e usar a informação de forma eficiente e eficaz.” No que se refere aos processos envolvidos na GI, Choo (2003) apresenta os seguintes elementos: **criação:** compreende os processos pelos quais os indivíduos e as organizações geram novos itens e artefatos informacionais; **aquisição:** ocorre quando a informação é captada externamente; **organização:** envolve a catalogação, classificação e

indexação para recuperação da informação; **armazenamento**: pressupõe o arquivamento físico da informação em estruturas adequadas de banco de dados; **distribuição**: inclui a disseminação, o transporte e o compartilhamento de informação; **uso**: está relacionado com a apropriação e criação de significados que indivíduos e organizações atribuem a partir do repertório existente no ambiente.

No que se refere à informação digital, os elementos elencados por Choo (2003), permanecem intactos quanto ao processo de gestão, o que se exige é apenas “competências, habilidades e atitudes no gerenciamento de conteúdos como um arquiteto da informação” (Blattmann; Fachin; Rados, 2000) para uma atuação eficiente nesse cenário digital.

Detlor (2010, tradução nossa) afirma que existem vários modelos de processos de informação e reconhece três grandes perspectivas de gerenciamento de informações, quais sejam: **perspectiva da biblioteca**: reconhece que seu papel exclusivo é fornecer informações aos usuários, cujo mandato central é ofertar ao seu público acesso a recursos e serviços informacionais. Essa perspectiva lida com a gestão de processos envolvidos no ciclo de vida da informação; **perspectiva organizacional**: é a mais difundida e predominante. Lida com a gestão de todo o ciclo envolvido nos processos informacionais da organização com o objetivo de auxiliar o alcance das estratégias organizacionais e aumentar a sua competitividade; **perspectiva pessoal**: refere-se à maneira em que os indivíduos criam, adquirem, organizam, armazem e usam a informação para os propósitos pessoais no dia a dia.

No caso deste estudo, será utilizada a concepção biblioteconômica da GI, uma vez que atende às demandas específicas das bibliotecas universitárias, pois possibilita uma aplicação em qualquer contexto, do tradicional ao digital. Os processos de gerenciamento da informação devem estar alinhados com a necessidade, a busca e o uso da informação por parte dos usuários, se constituindo um ciclo contínuo como representado na Figura 1:

Figura 1 – Processos que estruturam a gestão da informação

Fonte: Baseada em Choo (2003).

É perceptível na estruturação da Figura 1 que os processos de aquisição da informação estão interligados aos produtos e serviços, bem como à distribuição dessas informações. Na sociedade em rede “as redes consistem não apenas em pessoas e grupos sociais, mas também em artefatos, dispositivos e entidades” (Santaella; Lemos, 2010, p. 40). Nesse contexto, os produtos e serviços de informação compreendem o acesso e o uso de bases de dados referenciais, sobretudo as que disponibilizam textos na íntegra, como também o acesso ao catálogo on-line das bibliotecas, e a comunicação com os usuários por meio dessas ferramentas virtuais/digitais.

A capacidade de trabalhar as tarefas antigas por meio das tecnologias da informação em vez de manual no passado, habilidades em comunicação com usuários, o amplo conhecimento para consultar seus usuários são requisitos que devem ser alcançados pela equipe da biblioteca (Tran, 2015, p. 318, tradução nossa).

Nesta perspectiva, as atividades que os bibliotecários desenvolvem com o apoio das TDICs são relevantes e urgentes.

É inquestionável que o uso das mídias sociais em organizações é uma realidade para as bibliotecas de qualquer tipo, sejam

públicas, universitárias, privadas, escolares, especializadas. O principal objetivo das bibliotecas, de qualquer natureza, é a disseminação da informação para os diversos públicos e, assim, criar canais que favoreçam esse intuito e colaborem com o propósito de democratização do acesso à informação (Sousa; Perucchi; Brandão, 2023, p. 211).

Com isso, o processo de gerir as informações na perspectiva do paradigma do acesso, proporciona uma disponibilidade global e maior possibilidade de acesso e uso do estoque informacional da biblioteca, propiciando, assim, a construção de novos conhecimentos. Logo, disponibilizar as informações por meio das TDICs, pode gerar ganhos tanto para os usuários, quanto para a biblioteca.

4 METODOLOGIA

Este estudo possui natureza exploratória, tendo em vista que esse tipo de pesquisa segundo Severino (2017, p. 131) “busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestações desse objeto”. Neste sentido, buscou-se refletir acerca da gestão da informação digital, bem como o processo de gerenciamento da informação nas bibliotecas universitárias, a partir de registros já disponíveis, com vistas a conhecer estudos já consolidados sobre o tema, decorrentes de pesquisas anteriores.

A pesquisa contempla uma abordagem qualquantitativa. Para Caregnato e Mutti (2006, p. 682) “na abordagem quantitativa se traça uma frequência das características que se repetem no conteúdo do texto”. Com isso, a pesquisa buscou coletar informações nos canais de comunicação digital das bibliotecas no sentido de quantificar numericamente as categorias de ações praticadas pelas bibliotecas universitárias que fizeram parte do escopo da pesquisa.

Segundo Creswell, Lopes e Silva (2010, p. 271) a pesquisa qualitativa “envolve questões e procedimentos emergentes; coletar dados no ambiente dos participantes, analisar os dados indutivamente, indo dos temas particulares para os gerais; e fazer interpretações do significado dos dados”. Neste sentido, a coleta de dados para esse estudo se deu nos anos de 2019 até 2021, buscando nesse período de três anos identificar características semelhantes nas

publicações disseminadas nos canais de comunicação em rede pelas bibliotecas participantes do estudo, em plataformas como *Instagram*, *X*, *Facebook* e *YouTube*, nas quais as bibliotecas possuíam perfis ativos. Foram analisadas todas as publicações do referido período da coleta enfatizando suas convergências, permitindo assim, considerando o critério de similaridade das publicações, agrupá-las em categorias, realizando associações com base em especificidades existentes no cenário pesquisado.

Nessa perspectiva, a pesquisa qualitativa centraliza-se em dados ou eventos coletados da própria realidade. Como assevera Prondanov e Freitas (2013, p. 70), ao dizer que “o ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento chave”. Essa coleta ou levantamento de dados configura-se como uma das etapas importantes da pesquisa qualitativa, uma vez que será essencial no momento da execução do objetivo proposto no estudo.

Para a análise dos dados coletados foi utilizado o método da Análise de Conteúdo (AC) que segundo Caregnato e Mutti (2006, p. 682), “na AC o texto é um meio de expressão do sujeito, onde o analista busca categorizar as unidades de texto (palavras ou frases) que se repetem, inferindo uma expressão que as representem”. Enquanto para Silva e Fossá (2015, p. 2) “a AC é uma técnica de análise das comunicações [...]. Na análise do material, busca-se classificá-los em temas ou categorias que auxiliam na compreensão do que está por trás dos discursos”. O método da AC foi utilizado nesta pesquisa no sentido de categorizar os dados coletados por meio da observação, buscando classificá-los de acordo com os temas identificados nas publicações coletadas. A análise de conteúdo geralmente é realizada por meio da estratégia de dedução da frequência de indicadores ou pela análise que irá categorizar tematicamente.

Para Bardin (2011), a análise por categorização é a estratégia de análise mais utilizada e pode ser temática, sendo estruturadas as categorias com base nos temas que são identificados nos textos. Para agrupar os itens nas categorias criadas é necessário assimilar o que eles possuem em comum, demandando o seu agrupamento. Esse tipo de caracterização é denominado de análise categorial. Segundo Bardin (2011), a técnica de AC, é composta por três

relevantes etapas: a pré-análise; a exploração do material; o tratamento dos resultados e interpretação. Bardin (2011) refere-se à fase da **pré-análise** como sendo a responsável pela organização, que pode utilizar diversos procedimentos, a exemplo de: leitura flutuante, hipóteses, objetivos e elaboração de indicadores que fundamentará a interpretação. Silva e Fossá (2015) tem o seguinte entendimento acerca dos procedimentos supracitados: **leitura flutuante**: é o primeiro contato com os documentos da coleta de dados, momento em que se começa a conhecer os textos, entrevistas e demais fontes a serem analisadas; **formulação das hipóteses e objetivos**: se constitui a partir da leitura inicial dos dados; **elaboração dos indicadores**: possui a finalidade de interpretar o material coletado.

Essa primeira fase, de acordo com Silva e Fossá (2015, p. 3), se desenvolve visando “sistematizar as ideias iniciais e estabelecer indicadores para a interpretação das informações coletadas”, compreendendo a leitura geral do material selecionado para a análise.

Ao concluir a primeira fase da análise, segue-se para a segunda fase denominada por Bardin (2011) de **exploração do material**, na qual os dados coletados são codificados a partir das unidades de registro. Para Silva e Fossá (2015, p. 4) essa fase “consiste na construção das operações de codificação, considerando-se recortes dos textos em unidades de registros, a definição das regras de contagem e a classificação e agregação das informações em categorias simbólicas ou temáticas”.

Já na fase do **tratamento dos resultados e da interpretação**, segundo Bardin (2011) é realizada a categorização, que consiste na classificação dos itens de acordo com suas semelhanças e por diferenciação, com posterior reagrupamento, em função de características comuns. Silva e Fossá (2015, p. 4) pontuam que essa fase “consiste em captar os conteúdos manifestos e latentes contidos em todo o material coletado (entrevistas, documentos e observação)”. Após a captura, de acordo com as autoras, “a análise comparativa é realizada através da justaposição das diversas categorias existentes em cada análise, ressaltando os aspectos considerados semelhantes e os que foram concebidos como diferentes” (Silva e Fossá, 2015, p. 4).

Nesta perspectiva, acredita-se que o método da AC, sobretudo com seu processo de categorização, atendeu de maneira satisfatória o objetivo principal proposto nessa pesquisa, sendo ele: categorizar as ações comunicacionais desempenhadas nas mídias sociais pelas bibliotecas universitárias participantes da pesquisa. A seguir, apresenta-se o universo da pesquisa e as etapas para a realização deste estudo.

4.1 UNIVERSO E AMOSTRA

Quanto ao universo da pesquisa, este foi representado pelas bibliotecas universitárias das instituições de ensino superior que se destacaram no cenário da web no quesito desempenho e visibilidade, segundo o Ranking Web ou *Webometrics*, sendo este o maior ranking acadêmico de instituições de ensino superior. Sendo elas: **América Latina**: Universidade de São Paulo, Universidade Nacional Autônoma do México, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Universidade Estadual de Campinas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul; **América do Norte**: Harvard University, Stanford University, Massachusetts Institute of Technology, University of California Berkeley, University of Washington; **Europa**: University of Oxford, Universityof Cambridge, University College London, Eidgenössische Technische Hochschule ETH Zurich / Swiss Federal Instituteof Technology Zurich, Universityof Edinburgh.

5 RESULTADOS, ANÁLISES E DISCUSSÕES

A categorização temática dos dados coletados nas mídias sociais conduziu o estudo às seguintes categorias, as quais foram organizadas como: **categorias iniciais** – se constituem como elementos que apresentam, localizam e revelam a dinâmica comunicacional das bibliotecas no contexto das mídias sociais, esses elementos resultaram dos itens informacionais identificados nas plataformas de comunicação digital utilizadas pelas bibliotecas estudadas; **categorias intermediárias** – se configuram o resultado do agrupamento dos elementos que compõem a sua respectiva categoria inicial, elementos esses identificados nos espaços de comunicação digital das bibliotecas que fizeram

parte do escopo da pesquisa; **categorias finais** – no intuito de atribuir aos elementos que compõem a categoria inicial e que se agrupam na categoria intermediária, uma nomenclatura que estabelecesse uma ideia de ação praticada nas mídias sociais das bibliotecas estudadas, foram elaboradas seis categorias finais, as quais são apresentadas no Quadro 1:

Quadro 1 – Categorias de análise

Categoria Inicial	Categoria Intermediária	Categoria Final
1. Dados da instituição	I. Informações sobre a biblioteca	I. Ação de exposição
2. Contatos da instituição		
3. Documentos institucionais	II. Links para outras fontes de informação	II. Ação de indicação
4. Instalações da biblioteca		
5. Catálogos de materiais informacionais	III. Uso de ferramentas promocionais	III. Ação de divulgação
6. Serviço de referência		
7. Material de referência	IV. Instruções sobre o uso dos recursos informacionais oferecidos pela biblioteca na forma tradicional e on-line	IV. Ação de educação
8. Serviços de informação		
9. Eventos da biblioteca	V. Mecanismos para estabelecer relacionamentos	V. Ação de relacionamento
10. Eventos da instituição		
11. Eventos de áreas de interesse	VI. Serviços e produtos oferecidos em suporte físico ou digital	VI. Ação de orientação
12. Produtos de informação		
13. Perguntas frequentes	V. Mecanismos para estabelecer relacionamentos	V. Ação de relacionamento
14. Tutoriais dos serviços		
15. Utilização dos produtos	VI. Serviços e produtos oferecidos em suporte físico ou digital	VI. Ação de orientação
16. Navegação nos portais de pesquisa		
17. Interação nas postagens	V. Mecanismos para estabelecer relacionamentos	V. Ação de relacionamento
18. Canais de comunicação digital		
19. Coleção digital	VI. Serviços e produtos oferecidos em suporte físico ou digital	VI. Ação de orientação
20. Recursos eletrônicos		
21. Biblioteca digital	VI. Serviços e produtos oferecidos em suporte físico ou digital	VI. Ação de orientação
22. Repositório digital		
23. Periódicos científicos		

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

5.1 CATEGORIZAÇÃO

Para se efetivar a categorização, cada elemento que compõe a categoria inicial, elencados do 1 ao 23 no Quadro 1, possui os seus respectivos indicadores, que serão apresentados nos próximos Quadros. Esses indicadores – foram identificados a partir dos dados informacionais compartilhados nos espaços de comunicação digital das bibliotecas pesquisadas, como documentos institucionais, maneiras de estabelecer contato, promoção de produtos, divulgação de serviços, notícias sobre eventos, entre outras informações similares.

Nessa primeira etapa será relatada a importância da presença dos respectivos indicadores que compõem cada elemento da categoria inicial. Mais adiante, será abordado os detalhes referentes à categoria final: as ações de **exposição, indicação, divulgação, educação, relacionamento e orientação** praticadas nas mídias sociais das bibliotecas, bem como sua relevância para o processo comunicativo em rede.

Nos Quadros 2 ao 7 é possível visualizar de modo detalhado os indicadores referentes a cada elemento elencado na categoria inicial, os quais orientaram a etapa de identificação e categorização do processo comunicativo nas mídias sociais das bibliotecas universitárias que fazem parte do escopo desse estudo.

Quadro 2 – Ação de exposição

Categoria Inicial	Indicadores
1. Dados da instituição	Nome da instituição mantenedora. Nome da biblioteca. Missão. Seções. Equipe.
2. Contatos da instituição	E-mail geral e setorial. Telefone geral e setorial. Endereço físico. Horário de funcionamento.
3. Documentos institucionais	Histórico. Políticas. Normas. Regulamentos.
4. Instalações da biblioteca	Informações sobre as instalações físicas. Estatísticas. Imagens da biblioteca.
5. Catálogos de materiais informacionais	Relação dos produtos informacionais oferecidos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Categoria inicial - dados da instituição: a exposição da missão da biblioteca em sua página institucional se faz importante para que os usuários possam conhecer a sua razão de existir e qual o objetivo se pretende alcançar por meio de suas atividades diárias.

Categoria inicial - contatos da instituição: a inserção do endereço físico, telefone para contato e horário de funcionamento na página institucional é muito importante, uma vez que, muitos usuários que pretendem fazer uso dos produtos e serviços nas instalações da biblioteca sempre buscam por essas informações nas mídias sociais das instituições que pretendem ter acesso.

Categoria inicial - documentos institucionais: com a inserção da tecnologia digital no processo comunicativo e a criação das páginas institucionais em plataformas de mídias sociais, é comum encontrar informações que antes eram registradas apenas em documentos impressos e disponíveis para o conhecimento do usuário, como é o caso do histórico da instituição, contudo, pode-se encontrar também outras informações como a missão, a visão e os valores institucionais. A disponibilidade desse tipo de informação tem sua relevância, uma vez que, esclarece para quem busca a razão pela qual a instituição foi criada e vem se desenvolvendo.

Categoria inicial - instalações da biblioteca: mostrar imagens dos ambientes da biblioteca nas publicações realizadas representam um grande diferencial. Percebe-se que publicações de textos acompanhados por imagens prendem mais a atenção do que as compostas apenas por textos simples. Expor imagens da biblioteca nas mídias sociais é uma maneira de tornar o ambiente da biblioteca conhecido pelo usuário, bem como despertar o interesse em visitá-lo e fazer uso de seus produtos e serviços de informação.

Categoria inicial - catálogos de materiais informacionais: Apresentar o catálogo com a relação dos produtos e serviços oferecidos pela biblioteca é muito importante para que se torne conhecido pelo usuário, tornando público dessa maneira, os recursos disponíveis na biblioteca, com o intuito de atrair o usuário para que se possa ter um uso eficiente dos elementos apresentados.

Quadro 3 – Ação de indicação

Categoria Inicial	Indicadores
6. Serviço de referência	Indicação da existência de serviço de referência on-line
7. Material de referência	Links para materiais de referência (atlas, dicionários, encyclopédias, etc.).

Fonte: Elaborado pela autora.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

O Quadro 3 mostra os indicadores que se referem às publicações acerca de materiais ou serviços de referência, são direcionamentos para outras fontes de informações que a biblioteca possa indicar em suas postagens.

Categoria inicial - serviço de referência: disponibilizar aos usuários outras modalidades de atendimento quando não é possível ter acesso aos

produtos e serviços da biblioteca de modo presencial mostra a preocupação que a instituição tem e o cuidado em desempenhar o seu importante papel de levar a informação ao usuário. Estar presente de maneira ativa nos canais digitais de comunicação interagindo com o público-alvo é fundamental no atual contexto tecnológico vivenciado pela sociedade.

Categoria inicial - material de referência: divulgar materiais de referência para o usuário é uma maneira de disseminar informações acadêmicas e científicas. A exemplo do atlas nacional digital do Brasil que está disponível por meio de uma plataforma geográfica interativa que pertence ao IBGE, nele é possível acessar cadernos temáticos que abordam assuntos acerca das cidades sustentáveis e da população indígena.

Quadro 4 – Ação de divulgação

Categoria Inicial	Indicadores
8. Serviços de informação	Novidades sobre a oferta de serviços de informação.
9. Eventos da biblioteca	Eventos realizados no ambiente da biblioteca.
10. Eventos da instituição	Eventos da instituição mantenedora.
11. Eventos de áreas de interesse	Eventos das áreas de interesse do público-alvo.
12. Produtos de informação	Notícias sobre novos produtos de informação.

Fonte: Elaborado pela autora.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

O Quadro 4 expõe os indicadores que são referentes ao uso de recursos com fins promocionais para a divulgação de produtos, serviços e eventos que a biblioteca possa apresentar nas suas postagens cotidianas.

Categoria inicial - serviços de informação: nesse indicador pode-se exemplificar compartilhamento de *podcast*, que se trata da divulgação de áudios curtos e objetivos que abordam temas pertinentes à biblioteca, como por exemplo a utilização de seus produtos e serviços, bem como entrevistas com os professores que fazem parte do corpo docente dos cursos aos quais a biblioteca presta apoio.

Categoria inicial - eventos da biblioteca: a realização de eventos no ambiente da biblioteca é uma maneira lúdica de se relacionar com os usuários, esse tipo de acontecimento geralmente tem o objetivo de distrair e alegrar àqueles que optam em dar uma parada nas leituras para ouvir uma boa música

por exemplo. É muito importante o papel desenvolvido pela biblioteca que oferta esse tipo de evento, pois, não só mostra uma preocupação em descontrair o ambiente de estudos, como também fortalece o vínculo com os usuários.

Categoria inicial - eventos da instituição: a divulgação de eventos realizados pela instituição mantenedora através das plataformas de mídias sociais da biblioteca, principalmente quando se trata de cursos ou similares, pode ser um serviço de informação ao usuário muito relevante, uma vez que, nem sempre o usuário seguidor da página social da biblioteca, também é seguidor da página social da instituição mantenedora. Nesse contexto, o compartilhamento de publicações institucionais que tratam de temas de extrema importância para o público-alvo da biblioteca se torna importante.

Categoria inicial - eventos de áreas de interesse: divulgar os eventos voltados para os cursos os quais a biblioteca presta apoio, como também eventos ligados à biblioteca e suas nuances se faz necessário, uma vez que, os seguidores da biblioteca podem ser bastante ecléticos, sendo compostos tanto por discentes e docentes, quanto por profissionais técnicos administrativos e a comunidade externa.

Categoria inicial - produtos de informação: tornar conhecido ao usuário a aquisição de novos produtos de informação é muito importante, tendo em vista que, desperta o interesse pelo uso. A utilização das mídias sociais para realizar esse tipo de publicação na rede tem um alcance muito satisfatório, pois, a informação chega diretamente ao usuário por meio de seus perfis nas mídias sociais.

Quadro 5 – Ação de educação

Categoria Inicial	Indicadores
13. Perguntas frequentes	Listagem de perguntas frequentes e suas respectivas respostas.
14. Tutoriais dos serviços	Tutoriais e guias sobre como usar serviços oferecidos pela biblioteca.
15. Utilização dos produtos	Instruções sobre como ter acesso aos produtos do acervo da biblioteca .
16. Navegação nos portais de pesquisa	Instruções de como acessar produções acadêmicas por meio de portais de pesquisa.

Fonte: Elaborado pela autora.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

O Quadro 5 mostra os indicadores sobre instruções de uso dos recursos

informacionais oferecidos pela biblioteca na forma tanto tradicional quanto online.

Categoria inicial - perguntas frequentes: deixar à disposição do público-alvo mecanismos práticos para sanar necessidades de informação, a exemplo do tópico “perguntas frequentes”, além de beneficiar os usuários online, contribui para diminuir o fluxo de pessoas que buscam essas informações de modo presencial na biblioteca.

Categoria inicial - tutoriais dos serviços: a disponibilidade de tutoriais de como acessar os materiais informacionais das bibliotecas por meio de bases de dados é bastante pertinente, essas ferramentas permitem que os usuários conheçam em detalhes como realizar o acesso a materiais como livros, anais, teses e dissertações. Podendo realizar buscas por elementos como assunto, autor e título por exemplo.

Categoria inicial - utilização dos produtos: disponibilizar acesso gratuito às plataformas de livros digitais além de facilitar para o usuário a consulta a essas obras, dispõe da praticidade de leitura por meio de seus dispositivos móveis de comunicação como: tablets e smartphones por exemplo. Para a biblioteca os ganhos são inúmeros, entre eles está a questão da durabilidade da obra, além da satisfação em proporcionar o acesso global e ilimitado ao público-alvo, tendo em vista que, o mesmo arquivo digital pode ser acessado por diversos usuários.

Categoria inicial - navegação nos portais de pesquisa: apresentar ao público-alvo como localizar e navegar em fontes seguras pelas quais eles possam obter informações e agregar conhecimento em suas pesquisas, consultando publicações acadêmicas de pesquisadores renomados em sua área é o papel fundamental que uma biblioteca pode desenvolver em suas atividades cotidianas.

Quadro 6 – Ação de relacionamento

Categoria Inicial	Indicadores
17. Interação nas postagens	Interação com o usuário por meio de comentários nas postagens.
18. Canais de comunicação digital	Estabelecimento de canais como chat on-line ou similar para a comunicação com o usuário.

Fonte: Elaborado pela autora.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

O Quadro 6 revela os indicadores que expressam mecanismos para o estabelecimento de relacionamento com o usuário.

Categoría inicial - interação nas postagens: estabelecer relacionamentos com os usuários por meio das plataformas de mídias sociais é de extrema necessidade no atual contexto tecnológico no qual vive a sociedade. Estar apenas presente nessas plataformas de comunicação não satisfaz o atual cenário que vivencia os usuários on-line, é preciso demonstrar uma presença ativa nesses canais. Se relacionar de modo bidirecional com os usuários, mostrando preocupação em levar informação fidedigna, seja por meio das publicações realizadas ou se comunicando de maneira personalizada, são mecanismos de sucesso no processo comunicativo da atualidade.

Categoría inicial - canais de comunicação digital: a comunicação por meio de chats on-line ou mecanismos similares atende de maneira eficaz o usuário on-line. Tendo em vista que, esses canais de comunicação fazem o elo entre o usuário e os funcionários da biblioteca. São ferramentas bastante procuradas e utilizadas no atual contexto tecnológico da sociedade.

Quadro 7 – Ação de orientação

Categoria Inicial	Indicadores
19. Coleção digital	Direcionamento para coleções digitais da biblioteca.
20. Recursos eletrônicos	Direcionamentos para recursos eletrônicos voltados para pesquisa.
21. Biblioteca digital	Links para acessar bibliotecas digitais
22. Repositório digital	Links para acessar repositórios institucionais
23. Periódicos científicos	Links para periódicos eletrônicos

Fonte: Elaborado pela autora.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

O Quadro 7 mostra os indicadores que denotam a oferta de serviços e produtos de informação disponibilizados de maneira on-line.

Categoría inicial - coleção digital: as coleções digitais disponibilizadas

pelas bibliotecas são de grande relevância para sanar as necessidades informacionais dos pesquisadores on-line. Se constituem excelentes recursos para o desenvolvimento da pesquisa, uma vez que, essas coleções possibilitam visualizar em formato digital uma enorme quantidade de materiais históricos, muitas vezes raros e de difícil acesso.

Categoria inicial - recursos eletrônicos: fazer com que a informação seja disseminada ao maior número de usuário por meio dos canais modernos de comunicação é de grande importância na contemporaneidade, devido ao alcance que essas ferramentas possibilitam. Expor os produtos existentes na biblioteca e disponíveis para serem utilizados é uma excelente estratégia para que a informação seja consumida de maneira eficaz.

Categoria inicial - biblioteca digital: as bibliotecas digitais¹ são excelentes fontes de pesquisa para o desenvolvimento de trabalhos acadêmicos, indicar ao usuário links para essas fontes e deixá-los acessíveis nas mídias sociais da instituição é uma maneira de prestar apoio à pesquisa, atendendo com eficácia o usuário on-line.

Categoria inicial - repositório digital: os repositórios institucionais²são fontes de informações muito ricas, as quais reúnem, hospedam, preservam e disponibilizam a memória institucional dos alunos e usuários que possuem vínculos com a instituição. São excelentes vitrines que dão visibilidade às produções acadêmicas institucionais.

Categoria inicial - periódicos científicos: As revistas acadêmicas digitais mantidas por instituições de pesquisa são excelentes recursos on-line para quem está produzindo pesquisas científicas, por se tratarem de insumos que veiculam informações fidedignas e verificadas por avaliadores da área a qual se propõe abordar.

Diante do exposto acerca de cada elemento que compõe a categoria

¹ Biblioteca digital é um conjunto organizado de informações e conhecimento de toda natureza, integrando globalmente repositórios multilíngues e multiculturais de dados, dirigido a um universo de usuários igualmente diversificado. Contudo, elas também oferecem um ambiente completo para administração, curadoria, preservação, geração de aplicações que promovem e asseguram o uso adequado de suas coleções (Sayão, 2008).

² Os Repositórios Institucionais têm a finalidade de possibilitar em um único ambiente a armazenagem, a preservação e a disseminação da informação para recuperação e uso posterior.

inicial, tem-se que é imprescindível ter clareza sobre cada categoria de ação praticada e seus benefícios para ambas as partes, seja a biblioteca ou o usuário, esse conhecimento aprofundado se torna muito relevante no momento de desenvolver conteúdos estratégicos, uma vez que, essas categorias podem nortear a criação de conteúdos alinhados com as metas que a biblioteca deseja atingir, bem como conteúdo que gera envolvimento dos usuários nas plataformas digitais de comunicação em rede. A seguir será apresentado alguns ganhos que são gerados com a prática das ações categorizadas, que foram dispostas como categoria final no Quadro 1. O uso do verbo praticar é utilizado de maneira repetida para enfatizar a ideia de ação, além de ter o objetivo de apreender toda amplitude semântica que ele abrange: exercitar, realizar, ensinar, adquirir uma habilidade, treinar, entre outras similares.

Praticar a **ação de exposição**, por exemplo, é sinônimo de facilitar a vida do usuário quando ele precisa de informações básicas da biblioteca, gerando ganhos para os bibliotecários que terão essa demanda atendida de maneira remota. Praticar a **ação de indicação** gera ganhos para o usuário que pode ter sua demanda informacional sanada a partir das publicações dessa natureza nas mídias sociais da biblioteca, enquanto a biblioteca desempenha o seu papel de orientadora informacional de maneira eficaz por meio das ferramentas digitais de comunicação. Praticar a **ação de divulgação** gera ganhos para ambas as partes já que a biblioteca terá um uso eficaz de seus produtos e serviços de informação, enquanto o usuário se beneficiará desses materiais e ainda poderá tomar conhecimento de outros produtos e serviços que ainda não conhecia, com isso, não fazia uso.

Praticar a **ação de educação** por meio das mídias sociais é expor de maneira detalhada com o intuito de ensinar ao usuário como utilizar os produtos e serviços de informação que estão ao seu dispor no ambiente da biblioteca, essa prática costuma ser muito eficiente tanto para o usuário quanto para a biblioteca, uma vez que, não precede a presença física e a disponibilidade de tempo dos bibliotecários para ensinar individualmente, as plataformas de comunicação digital se configuram excelentes ferramentas para essa finalidade do processo comunicativo. Praticar a **ação de relacionamento** é primordial para

a continuidade da biblioteca, pois, os usuários são o real sentido da sua existência, com isso, essa relação deve ser muito cultivada. Conhecer os usuários e seus desejos e necessidades de informação é crucial para o sucesso do processo comunicativo da biblioteca, sobretudo no momento da criação de conteúdos estratégicos que serão compartilhados por meio dos canais digitais de comunicação. Praticar a **ação de orientação** é uma atividade essencial da biblioteca, direcionar os usuários para fontes seguras de pesquisa por meio das publicações compartilhadas nas plataformas de mídias sociais é uma maneira dinâmica de desempenhar esse papel e atender os usuários on-line que buscam informações nas ferramentas digitais de comunicação.

O processo comunicativo digital das bibliotecas universitárias nas plataformas de mídias sociais permeia de maneira natural todas as categorias de ações, contudo, para uma gestão mais clara e focada no objetivo que se deseja atingir por meio de cada compartilhamento realizado em rede, direcionando de maneira eficiente todas as publicações para o público-alvo que se deseja alcançar, seja ele os docentes, técnicos administrativos ou alunos de graduação e pós-graduação, é necessário ter consciência do conteúdo que está sendo compartilhado, bem como um conhecimento consistente da importância de se praticar cada categoria de ação no momento oportuno para que seja gerado ganhos mútuos, tanto para a biblioteca, quanto para os usuários.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na era digital a biblioteca não é apenas apreciada pela quantidade de usuários que a frequenta, mas pela qualidade de produtos e serviços de informação que ela dispõe, especialmente no contexto digital. Pois, os usuários estão além das paredes físicas, e buscam informações precisas e dinâmicas por meio dos seus dispositivos móveis conectados à internet, em qualquer lugar e a qualquer hora. Com isso, buscou-se conhecer algumas temáticas para fortalecer e corroborar com o objeto dessa pesquisa.

Nesta perspectiva, a temática sobre a gestão da informação digital foi explorada no sentido de conhecer como esse recurso tão valioso, estimulador e transformador tem sido gerenciado com o advento das tecnologias digitais de

comunicação, tendo em vista que esse insumo agrupa valores e poderes na vida de quem o possui. O tema gestão da informação em bibliotecas universitárias foi abordado no sentido de compreender o processo de gerenciamento além do viés tecnicista, ou seja, entender como o processo de gestão da informação vem sendo desenvolvido no sentido de orientar maneiras de adaptação em um ambiente tão dinâmico como o digital, delineando alternativas para o uso eficiente do estoque informacional que a biblioteca possui.

A proposta do estudo foi categorizar as ações comunicacionais desempenhadas nas mídias sociais pelas bibliotecas universitárias participantes da pesquisa, buscando identificar o que tem sido compartilhado no processo comunicativo digital das bibliotecas universitárias nas plataformas de mídias sociais disponíveis na web.

Para essa finalidade foi escolhido como universo de estudo as bibliotecas universitárias das instituições que obtiveram destaque na web, segundo o ranking da Webometrics. Os dados coletados nas plataformas de mídias sociais foram postos em categorias, de acordo com o método da análise de conteúdo de autores como Bardin (2011), Silva e Fossá (2015), buscando compreender o que estava por trás da essência de cada conteúdo compartilhado na rede.

Nesta perspectiva, foi realizada uma categorização das ações de comunicação desempenhadas pelas bibliotecas universitárias em seu processo comunicativo digital nas mídias sociais, os dados foram coletados a partir das publicações realizadas pelas bibliotecas em suas plataformas e encaixados nas seguintes categorias finais: ação de exposição que compreende informações sobre a biblioteca; ação de indicação que diz respeito a links para outras fontes de informação; ação de divulgação que corresponde ao uso de ferramentas promocionais; ação de educação que aborda instruções sobre o uso dos recursos informacionais oferecidos pela biblioteca na forma tradicional e on-line; ação de relacionamento que envolve mecanismos para estabelecer relacionamentos e ação de orientação que se refere à serviços e produtos oferecidos em suporte físico ou digital.

Por fim, é relevante que a equipe de profissionais que esteja atuando nas plataformas de mídias sociais da biblioteca, possua a proatividade em realizar

estudos que propiciem conhecer o seu público do universo digital, seja por meio de pesquisas direcionadas ou por meio das métricas entregues pelas plataformas digitais de comunicação.

Concluindo, cabe ressaltar que o mais importante no processo comunicativo digital por meio das plataformas de mídias sociais, é manter uma postura ativa, considerando o planejamento de conteúdos personalizados para o público-alvo, mantendo um diálogo bidirecional, no qual o usuário se sinta parte integrante e importante, sendo acolhido em suas necessidades e desejos de informação.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BLATTMANN, U.; FACHIN, G. R. B.; RADOS, G. J. V. Bibliotecário na posição do arquiteto da informação em ambiente na web. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 11, 2000, Florianópolis. **Anais** [...]. Florianópolis: BUUFSC, 2000.
- CAPURRO, R.; HJORLAND, B. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pci/v12n1/11.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2024.
- CAREGNATO, R. C. A.; MULTTI, R. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto Contexto Enfermagem**, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 679-684, out./dez. 2006.
- CHOO, C. W. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. 3. ed. São Paulo: Senac, 2003. 415 p.
- CHOO, C. W.; BERGERON, P.; DETLOR, B.; HEATON, L. Information culture and information use: an exploratory study of three organizations. **Journal of the American Society for Information Science**, [S.I.], v. 59, n. 5, p. 792-804, 2008.
- COVOLO, B.; COUNCIL, B. S.; QUEENSLAND. Local government's information and service challenge. In: MOORE, G. **Technology One - Information Management in the Digital Age: Transforming Local Councils in Australia**. 2017.

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

DETLOR, B. Information management. **International Journal of Information Management**, [S.I.], v. 30, n. 2, p. 103-108, apr. 2010.

OLIVEIRA, H. P. C.; VIDOTTI, S. A. B. G.; BENTES, V. Arquitetura da informação digital: conexões interdisciplinares dentro da abordagem sistêmica. In: CAVALCANTE, L. E.; BENTES PINTO, V.; VIDOTTI, S. A. B. G. (org.). **Ciência da informação e contemporaneidade:** tessituras e olhares. Fortaleza: Edições UFC, 2012. p. 184-202.

PERFETTO, F. V.; REIS, S. G. O.; PALETTA, F. C. Gestão da informação digital: caminhos possíveis. **RDBCi: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 21, p. 1-15. 2023.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RABELLO, R. A Ciência da Informação como objeto: epistemologias como lugares de encontro. **Perspectiva em Ciência da Informação**, v. 17, n. 1, p. 2-36, jan. /mar. 2012.

REGLY, T. O bibliotecário e suas novas práticas e competências relacionadas a dados. **Revista EDICIC**, San Jose (Costa Rica), v. 2, n. 2, p. 1-8, 2022.

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais:** a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTANA, G. H. C. A interface da informação com a construção do conhecimento: os estoques de informação como mediadores do processo. **Biblionline**, João Pessoa, v. 9, n. 1, p. 4-15, 2013.

SANTOS, L. M. O bibliotecário, a tecnologia e o cenário pandêmico: experiência da Rede de Bibliotecas do Senac-DF 1. **Senac.DOC: Revista de Informação e Conhecimento**. Rio de Janeiro, v. 6, p. 95-102, 2021. Número especial.

SAYÃO, L. F. Bibliotecas digitais e suas utopias. **Ponto de acesso**, Salvador, v. 2, n. 2, p. 2-36, ago./set. 2008.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2017. 359 p.

SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. **Qualitas Revista Eletrônica**, Campina Grande, v. 17, n. 1, jan./jun. 2015.

SOUZA, M. E. P.; PERUCCHI, V.; BRANDÃO, J. L. A. Presença digital das bibliotecas do IFPB: mapeamento, análise e propositura. **Informação & Informação**, Londrina, v. 28, n. 1, p. 205-228, jan./mar. 2023.

SOUZA, E. D.; DIAS, E. J. W.; NASSIF, M. E. N. A gestão da informação e do conhecimento na Ciência da Informação: perspectivas teóricas e práticas organizacionais. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 21, n. 1, p. 55-70, jan./abr. 2011.

THELLEFSEN, M. M.; THELLEFSEN, T.; SØRENSEN, B. Information as signs: a semiotic analysis of the information concept, determining its ontological and epistemological foundations. **Journal of Documentation**, v. 74, n. 2, p. 372-382. 2018.

TRAN, H. A. T. Challenges in the digital information era: situation at the General Sciences Library of HoChiMinh City. **Library Management**, Shanghai, v. 36, n. 4/5, p. 315-328. 2015.

NETWORK COMMUNICATION ACTIONS PRACTICED BY UNIVERSITY LIBRARIES ON SOCIAL MEDIA PLATFORMS

ABSTRACT

Objective: To categorize the communication actions performed on social media by the university libraries participating in the research. **Methodology:** The research is exploratory in nature and has a qualitative and quantitative approach, given that this type of approach aims to quantify collected data, as well as identify characteristics, profiles and structures, respectively. The content analysis method was used to analyze the collected data. Therefore, the research field was represented by fifteen libraries that stood out on the web, according to the Webometrics ranking, five libraries from Europe, five libraries from North America and five libraries from Latin America. **Results:** After categorical analysis of the collected data, the study presents six categories of actions performed by university libraries on social media platforms. **Conclusions:** It is worth highlighting that the most important thing in the digital communication process through social media platforms is to maintain an active stance, considering the planning of personalized content for the target audience, maintaining a two-way dialogue in which the user feels like an integral and important part, being welcomed in their information needs and desires.

Descriptors: University library. Digital information. Information management. Network communication. Social media.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN RED PRACTICADAS POR LAS BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS EN PLATAFORMAS DE REDES SOCIALES

RESUMEN

Objetivo: Categorizar las acciones de comunicación realizadas en las redes sociales por las bibliotecas universitarias participantes en la investigación. **Metodología:** La investigación es de carácter exploratorio y tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, considerando que este tipo de enfoque tiene como objetivo cuantificar los datos recolectados, así como identificar características, perfiles y estructuras, respectivamente. Para analizar los datos recopilados se utilizó el método de análisis de contenido. Así, el campo de investigación estuvo representado por quince bibliotecas que fueron destacadas en la web, según el ranking Webometrics, cinco bibliotecas de Europa, cinco bibliotecas de Norteamérica y cinco bibliotecas de América Latina. **Resultados:** Despues del análisis categórico de los datos recopilados, el estudio presenta seis categorías de acciones realizadas por las bibliotecas universitarias en las plataformas de redes sociales. **Conclusiones:** Cabe resaltar que lo más importante en el proceso comunicativo digital a través de las plataformas de redes sociales es mantener una postura activa, considerando la planificación de contenidos personalizados para el público objetivo, manteniendo un diálogo bidireccional, en el que el usuario se sienta parte integral e importante, siendo satisfechos en sus necesidades y deseos de información.

Descriptores: Biblioteca universitaria. Información digital. Gestión de la información. Comunicación en red. Redes sociales.

Recebido em: 27.09.2024

Aceito em: 08.09.2025