



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
INSTITUTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
MESTRADO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

RAFAEL MATOS NUNES

**O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO
E MEDIAÇÃO CULTURAL PELAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS
FEDERAIS DO NORDESTE BRASILEIRO**

**Salvador
2023**

RAFAEL MATOS NUNES

**O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO
E MEDIAÇÃO CULTURAL PELAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS
FEDERAIS DO NORDESTE BRASILEIRO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, do Instituto de Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Ciência da Informação.

Orientadora: Prof.^a Dr^a. Ana Claudia Medeiros de Sousa

**Salvador
2023**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade Federal da Bahia (UFBA)
Sistema Universitário de Bibliotecas (SIBI)**

N972 Nunes, Rafael Matos

O uso das mídias sociais para mediação da informação e mediação cultural pelas bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro / Rafael Matos Nunes. - Salvador, 2023.
196 f. : il.

Dissertação (Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação) -- Universidade Federal da Bahia, Instituto de Ciência da Informação, 2023.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Ana Claudia Medeiros de Sousa.

1. Bibliotecas universitárias. 2. Mídias sociais. 3. Mediação da Informação. 4. Mediação Cultural. I. Sousa, Ana Claudia Medeiros de. II. Universidade Federal da Bahia. III. Título.

CDU: 027.022

RAFAEL MATOS NUNES

O Uso das Mídias Sociais para Mediação da Informação e Mediação Cultural pelas Bibliotecas Universitárias Federais do Nordeste Brasileiro

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Ciência da Informação do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), como requisito para obtenção de grau de Mestre em Ciência da Informação.

Aprovada em: 01/12/2023

Banca Examinadora

Prof^a. Dra. Ana Claudia Medeiros de Sousa – Orientadora – UFBA

Prof. Dr. José Carlos Sales dos Santos – Membro Interno Titular – UFBA

Prof^a. Dra. Carolina de Souza Santana – Membro Externo Titular – UFBA

À Deus e a todos os meus familiares e amigos, especialmente, à minha vó, Francisca, e à minha mãe, Ana Maria, pelo amor incondicional, dedicação e por estarem comigo sempre, me incentivando e me apoiando, com toda atenção e compreensão.

AGRADECIMENTOS

Para começar, agradeço, do fundo do meu coração, à Deus, que tem sido meu guia, meu protetor e minha luz nesta jornada da vida. Sua condução tem iluminado meus passos e fortalecido minha determinação para alcançar meus objetivos.

Agradeço a toda minha família: minha avó, Francisca, minha mãe, Ana Maria, meu pai Manoel (*in memoriam*), minha irmã, Greice Kelly, e minhas tias, Maria José, Iolanda e Maria Laide, por todo amor, dedicação, compreensão e apoio em todos os momentos que precisei. Sem a presença e o suporte de vocês, nada disso seria possível.

Ao meu amado companheiro, Edmilson, que tem sido um parceiro inseparável nesta jornada e no meu contínuo desenvolvimento como ser humano. Seu apoio incansável, sua presença constante e zelo atencioso, sustentam minha caminhada com leveza e amor.

À minha estimada professora e orientadora, Ana Claudia Medeiros de Sousa, gostaria de expressar minha profunda gratidão. Sua incansável dedicação, repleta de um amor inspirador e sua prontidão constante, foram verdadeiros pilares no sucesso e realização desta pesquisa. Sua orientação cuidadosa e habilidosa foi fundamental em cada etapa desse desafiador e gratificante processo.

Ao Grupo de Estudo e Pesquisa em Mediação e Comunicação da Informação (GEPEMCI), em nome das queridas professoras, Henriette Ferreira Gomes e Raquel do Rosário Santos, por me permitirem aprimorar, ainda mais, as discussões que tangenciam, diretamente, as temáticas abordadas neste trabalho.

À professora Carolina Santana e ao professor José Carlos Sales, que, gentilmente, aceitaram participar da banca examinadora, tanto da defesa quanto da qualificação deste projeto. As valiosas contribuições de vocês foram essenciais para o refinamento e aprimoramento desta investigação. Agradecimentos, também, extensivos às queridas professoras Bruna Lessa e Maíra Souza, que se dispuseram a integrar a banca como membros suplentes.

A todos os demais professores do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação do Instituto da Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia, que tive a oportunidade e a honra de beber da fonte do conhecimento e puderam transmitir importantes ensinamentos, tanto para a minha vida pessoal quanto para minha carreira profissional.

Às minhas queridas colegas bibliotecárias Flávia Catarino e Maria de Fátima Martinelli, que me incentivaram e me apoiaram na realização dessa etapa importante de minha trajetória.

Aos meus colegas da turma de 2022.1 e aos demais colegas, que puderam compartilhar comigo momentos de aprendizagens, diversão e descontração dentro e fora das salas de aula.

Aos parentes e amigos, que me concederam palavras de incentivos e torceram para que tudo desse certo.

A todos, o meu muito obrigado!

Que Deus ilumine e abençoe todos vocês!

GRATIDÃO!

“Porque cada um, independente das habilitações que tenha, ao menos uma vez na vida fez ou disse coisas muito acima da sua natureza e condição, e se a essas pessoas pudéssemos retirar do quotidiano pardo em que vão perdendo os contornos, ou elas a si próprias se retirassem de malhas e prisões, quantas mais maravilhas seriam capazes de obrar, que pedaços de conhecimento profundo poderiam comunicar, porque cada um de nós sabe infinitamente mais do que julga e cada um dos outros infinitamente mais do que neles aceitamos reconhecer.”

José Saramago

RESUMO

O uso das mídias sociais como dispositivos mediadores da informação e da cultura pelas bibliotecas universitárias do Nordeste brasileiro é o tema deste trabalho. Nesta perspectiva, a presente pesquisa tem como objetivo geral: averiguar como as bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro estão fazendo uso das mídias sociais para mediação da informação e mediação cultural com sua comunidade usuária. Os objetivos específicos corresponderam a: (a) identificar os dispositivos utilizados e as atividades desenvolvidas pelas bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro no âmbito das mídias sociais; (b) descrever ações de mediação da informação e da cultura que revelem os aspectos socioculturais que permeiam o contexto em que as bibliotecas estão situadas; (c) investigar o alcance das dimensões da mediação da informação nas atividades desenvolvidas pelas referidas bibliotecas, a partir das mídias sociais. No que tange à metodologia, trata-se de uma pesquisa descritiva, adotando como método de procedimentos, um estudo de múltiplos casos, que teve como universo de investigação as bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro. A amostra foi constituída a partir deste universo, sendo selecionados os perfis institucionais das mídias sociais (*Facebook, YouTube e Instagram*) dos sistemas ou diretorias das bibliotecas universitárias. Foi adotada a técnica de observação direta e sistemática desses perfis, para descrever e organizar as ações que são desenvolvidas nesses espaços virtuais, associadas à técnica de análise de conteúdo das mensagens e postagens nesses dispositivos, bem como a aplicação de questionários junto aos bibliotecários gestores com o intuito de verificar aspectos relacionados ao gerenciamento desses perfis e ao alcance das dimensões da mediação da informação. O procedimento de análise dos dados foi tanto quantitativo quanto qualitativo. Os resultados sinalizam alguns aspectos que devem ser repensados sobre a utilização das mídias sociais investigadas pelas bibliotecas universitárias do Nordeste brasileiro, considerando que elas têm adotado tais ferramentas como dispositivos e meios de comunicação para disseminarem informações e promoveram a cultura entre os sujeitos no ambiente virtual, e tendo em vista existir um uso limitado do potencial de comunicação oferecido por essas plataformas digitais, de modo a favorecer a interação e a participação ativa de sua comunidade usuária. Essa constatação ressalta a necessidade de uma maior atenção e investimento no desenvolvimento de estratégias de mediação, tanto da informação quanto da cultura, que visem maximizar o impacto dessas bibliotecas na promoção do saber e no fortalecimento dos vínculos com os sujeitos informacionais no ciberespaço.

Palavras-chave: bibliotecas universitárias; mídias sociais; mediação da Informação; mediação cultural.

ABSTRACT

The use of social media as mediating devices for information and culture by university libraries in the Brazilian Northeast is the theme of this work. From this perspective, the present research has the general objective: of investigating how federal university libraries in the Brazilian Northeast are using social media to mediate information and cultural mediation with their user community. The specific objectives corresponded to: (a) identifying the devices used and the activities carried out by federal university libraries in the Brazilian Northeast within the scope of social media; (b) describe information and cultural mediation actions that reveal the sociocultural aspects that permeate the context in which libraries are located; (c) investigate the scope of the dimensions of information mediation in the activities carried out by the aforementioned libraries, based on social media. Regarding methodology, this is a descriptive research, adopting as a procedure method, a study of multiple case, which had as its universe of investigation the federal university libraries in the Brazilian Northeast. The sample was constituted from this universe, selected the institutional social media profiles (Facebook, YouTube and Instagram) of the systems or directorates of these university libraries. The technique of direct and systematic observation of these profiles was adopted to describe and organize the actions that are developed in these virtual spaces, associated with the technique of content analysis of messages and posts on these devices, as well as the application of a questionnaire with librarian managers with in order to verify aspects related to the management of these profiles and the scope of the dimensions of information mediation. The data analysis procedure was both quantitative and qualitative. The results highlight some aspects that should be rethought on the use of social media investigated by university libraries in the Brazilian Northeast, considering that they have adopted such tools as devices and means of communication to disseminate information and promote culture among subjects in the virtual environment, and given that there is limited use of the communication potential offered by these digital platforms, in order to encourage interaction and active participation of their user community. This finding highlights the need for greater attention and investment in the development of mediation strategies, both information and culture, that aim to maximize the impact of these libraries in promoting knowledge and strengthening links with informational subjects in cyberspace.

Keywords: university libraries; social media; information mediation; cultural mediation.

LISTA DE FIGURAS

		f.
Figura 1	Evolução da <i>Web</i> e suas principais características e diferenças	40
Figura 2	Definições de Line	57
Figura 3	Publicação sobre eventos	80
Figura 4	Publicação sobre horários de funcionamento	81
Figura 5	Publicação de tutoriais sobre o Portal Capes	82
Figura 6	Publicação sobre Bartoc.org	82
Figura 7	Publicação sobre ABNT	83
Figura 8	Publicação sobre Vancouver	84
Figura 9	Publicação de concurso de frases	86
Figura 10	Print da página inicial do SIBI UFC	87
Figura 11	Publicação de novas aquisições	90
Figura 12	Publicação de indicação de leitura	91
Figura 13	Publicação de eventos promovidos pelas bibliotecas	91
Figura 14	Publicação de eventos não promovidos pelas bibliotecas	92
Figura 15	Publicação de promoção do Repositório Institucional	92
Figura 16	Publicação de promoção do Portal de Periódicos Eletrônicos	93
Figura 17	Publicação sobre nova edição de revista	94

Figura 18	Uso dos <i>Stories</i> pelas bibliotecas	95
Figura 19	Uso dos <i>Reels</i> pelas bibliotecas	96
Figura 20	Uso dos “Destaques” no <i>Instagram</i>	97
Figura 21	<i>Linklist</i> da @bibliotecacentralufpe	98
Figura 22	Vídeo de apresentação institucional	104
Figura 23	Vídeo sobre os serviços oferecidos	104
Figura 24	Entrevista com uma bibliotecária	105
Figura 25	Tutorial de como realizar pesquisa pelo Pergamum Mobile	105
Figura 26	Minicurso promovido pelas bibliotecas no <i>YouTube</i>	106
Figura 27	Projeto sob coordenação do SIBI	107
Figura 28	Programa de rádio do SIBI	108
Figura 29	<i>Playlists</i> dos vídeos no <i>YouTube</i>	109
Figura 30	Publicação de divulgação de evento artístico	113
Figura 31	Publicação sobre dicas de filmes	113
Figura 32	<i>Post</i> de comemoração ao aniversário de Salvador	114
Figura 33	Publicações sobre exposições em museus I	115
Figura 34	Publicações sobre exposições em museus II	115
Figura 35	Publicação sobre o carnaval de Recife e Olinda	116
Figura 36	Publicação da série “O livro que virou filme”	117

Figura 37	Publicação sobre o Sarau Cultural	118
Figura 38	Publicação sobre a exposição do artista plástico J. Araújo	119
Figura 39	Publicação sobre a <i>live</i> “Conversa e Poesia sobre Biblioteca e Cultura”	120
Figura 40	<i>Playlist</i> “Exposição” no <i>YouTube</i>	121
Figura 41	Vídeo sobre a exposição do <i>Portfólio</i> de estudantes	122
Figura 42	Publicação que estimula o diálogo	126
Figura 43	Comentários da publicação	127
Figura 44	Comentário de seguidor que demonstra pertencimento à ambiência informacional	130
Figura 45	Comentários e <i>feedbacks</i> positivos para a formação dos sujeitos	133

LISTA DE QUADROS

		f.
Quadro 1	Principais diferenças entre mídias sociais e redes sociais	42
Quadro 2	Técnicas, instrumentos e fontes de coleta dos dados por objetivos traçados na pesquisa	62
Quadro 3	Quantidade de bibliotecas por universidade e existência de um Sibi ou diretoria integrada e biblioteca central	67
Quadro 4	Perfis nas mídias sociais que compõem a amostra da pesquisa	75
Quadro 5	Produtividade e alcance dos perfis das bibliotecas no <i>Instagram</i>	99
Quadro 6	Canais das bibliotecas, data da criação e quantidade de vídeos disponibilizados no <i>YouTube</i>	101

LISTA DE GRÁFICO

		f.
Gráfico 1	Percentual de uso das mídias sociais utilizadas pelas bibliotecas	76
Gráfico 2	Uso de página e perfil no <i>Facebook</i> pelas bibliotecas	78
Gráfico 3	Percentual geral de uso das categorias das publicações no <i>Facebook</i> pelas bibliotecas	79
Gráfico 4	Percentual geral de uso das categorias das publicações no <i>Instagram</i> pelas bibliotecas	89
Gráfico 5	Percentual geral de uso das categorias das publicações no <i>YouTube</i> pelas bibliotecas	103
Gráfico 6	Percentual de uso da categoria T (Dicas Culturais) no <i>Facebook</i> e no <i>Instagram</i> das bibliotecas	112
Gráfico 7	Percentual de sistemas que possuem membros da equipe responsáveis pelo gerenciamento das mídias sociais	124
Gráfico 8	Frequência de uso das mídias sociais pelas bibliotecas	125
Gráfico 9	Avaliação dos coordenadores em relação ao engajamento dos perfis nas mídias sociais	128
Gráfico 10	Estímulo à participação dos sujeitos nas publicações	128
Gráfico 11	Demonstração de algum sentimento de pertencimento ou acolhimento pelos usuários nas mídias sociais	129
Gráfico 12	Percepção dos coordenadores em relação à satisfação dos usuários	131
Gráfico 13	Percepção dos coordenadores em relação a algum tipo de mudança intelectual dos usuários	132
Gráfico 14	Existência do cuidado com a diversidade de ideias	135
Gráfico 15	Consideração da liberdade de pensamento nas mídias sociais	136
Gráfico 16	Indícios de tomada de consciência por parte dos sujeitos informacionais	137

LISTA DE SIGLAS

CI	Ciência da Informação
DIB	Diretoria de Bibliotecas
ENANCIB	Encontro Nacional de Pesquisa em Pós-Graduação em Ciência da Informação
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IES	Instituição de Educação Superior
MEC	Ministério da Educação
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
UFAL	Universidade Federal de Alagoas
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UFC	Universidade Federal do Ceará
UFMA	Universidade Federal de Maranhão
UFPB	Universidade Federal da Paraíba
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
UFRPE	Universidade Federal Rural de Pernambuco
UFPI	Universidade Federal do Piauí
UFRN	Universidade Federal de Rio Grande do Norte
UFS	Universidade Federal de Sergipe
SIBI	Sistema de Bibliotecas
SISTEMOTECA	Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal da Paraíba
TDIC	Tecnologia Digital de Informação e Comunicação
ZDP	Zona de Desenvolvimento Proximal

SUMÁRIO

	f.
1	INTRODUÇÃO 19
2	MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO CULTURAL: CONCEPÇÕES E ENTRELAÇAMENTOS 24
3	MÍDIAS SOCIAIS COMO DISPOSITIVOS MEDIADORES DA INFORMAÇÃO E DA CULTURA 37
4	USOS E USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO DAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS 51
5	A TRAJETÓRIA METODOLÓGICA 62
5.1	Caracterização e delineamento da pesquisa 63
5.2	Etapas para coleta de dados 65
5.2.1	Primeira etapa: levantamento das bibliotecas e definição da amostra 65
5.2.2	Segunda etapa: análise do uso das mídias sociais pelas bibliotecas 68
5.2.3	Terceira etapa: verificação dos responsáveis pelo gerenciamento das mídias sociais e alcance das dimensões da mediação da informação 71
6	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS 73
6.1	As bibliotecas universitárias nas mídias sociais 74
6.1.1	O uso do <i>Facebook</i> pelas bibliotecas universitárias do Nordeste brasileiro 77
6.1.2	O uso do <i>Instagram</i> pelas bibliotecas universitárias do Nordeste brasileiro 88
6.1.3	O uso do <i>YouTube</i> pelas bibliotecas universitárias do Nordeste brasileiro 100
6.2	A mediação cultural pelas mídias sociais das bibliotecas universitárias 110

SUMÁRIO (continuação)

	f.
6.3 As dimensões da mediação da informação e seu alcance nas mídias sociais	123
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	139
REFERÊNCIAS	144
APÊNDICES	152

1 INTRODUÇÃO

Com a efervescente inovação das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), a sociedade, como um todo, tem passado por transformações significativas na maneira de realizar atividades e de interagir em diversificados contextos (educacional, profissional, econômico, de lazer, etc.). Desde a forma como as pessoas se comunicam até a maneira como as instituições operam, as mudanças têm sido profundas e abrangentes. Dentre as transformações mais evidentes, podemos citar a comunicação instantânea, novas formas de trabalho, intensificação da globalização e da produtividade, com a automação de processos. Com a Internet, aplicativos de mensagens e mídias sociais, por exemplo, as pessoas podem se comunicar em tempo real, independentemente da distância geográfica. Isso tem alterado a forma como as pessoas se relacionam, possibilitando que elas estejam sempre ‘conectadas’ e ‘atualizadas’ sobre o que está acontecendo ao redor do mundo ou sobre assuntos de seus interesses.

Além disso, as tecnologias digitais permitiram um acesso sem precedentes à informação e ao intercâmbio cultural. A Internet possibilitou que as pessoas tivessem acesso a uma quantidade enorme de informações de forma simultânea, democratizando o acesso ao conhecimento e favorecendo que mais pessoas se apropriem de saberes, que antes estavam restritos a uma parcela da sociedade. Isso tem impactado a forma como as pessoas buscam a informação, aprendem e se desenvolvem. Outrossim, as plataformas digitais de informação e comunicação têm permitido que as pessoas e as instituições compartilhem informações sobre as diferentes culturas e tradições, promovendo o entendimento e a diversidade cultural, impulsionando trocas de ideias e experiências entre os múltiplos indivíduos e a coletividade.

As tecnologias citadas também têm transformado as relações sociais. Com a criação de novas formas de interação social, a exemplo das próprias mídias sociais, as pessoas podem se conectar e compartilhar experiências de modo que antes não era possível. Isso tem afetado a maneira como as pessoas e instituições se relacionam e se conectam, a exemplo dos profissionais da informação e das bibliotecas. Neste cenário, as mídias sociais se tornaram uma parte integrante de diversos ambientes informacionais e têm um papel significativo nos processos de mediação da informação e mediação cultural, como dispositivos que contribuem com essas ações. Com bilhões de usuários em todo o mundo, as plataformas como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e

YouTube vêm oferecendo uma maneira rápida e eficaz de compartilhar informações e experiências culturais diversas e significativas no contexto de uso, compartilhamento e produção de conteúdo numa escala global.

No contexto das bibliotecas universitárias, responsáveis por possibilitar o suporte ao ensino, à pesquisa, à extensão e à inovação nas universidades e centros educacionais de ensino superior, esses dispositivos virtuais de informação e comunicação se apresentam como espaços propícios à dialogia e à interação entre os sujeitos informacionais e os profissionais que atuam nesses ambientes, possibilitando uma cultura mais colaborativa e participativa, ao permitir a troca e a interlocução de informações entre os envolvidos. Em uma sociedade globalizada, a comunicação no espaço virtual torna-se uma estratégia de alta relevância no processo dialógico entre os bibliotecários e os sujeitos informacionais, dinamizando essa relação e possibilitando melhorias nas atividades de mediação para apropriação da informação e da cultura.

A comunicação entre a biblioteca universitária e sua comunidade interna (discentes, docentes, técnicos-administrativos e outros) e externa é imprescindível, tanto para o desenvolvimento e visibilidade dos produtos e serviços realizados nesses ambientes informacionais, através do compartilhamento e interlocução de informações relevantes e da cultura para o contexto acadêmico, quanto para a própria satisfação das necessidades informacionais dos seus usuários. E os recursos tecnológicos de comunicação da *Web* apresentam-se como ferramentas que merecem uma atenção especial nos processos que tangem à mediação da informação e mediação cultural, pois por meio deles, os profissionais da informação engendram a possibilidade de criação de laços com os diversos sujeitos informacionais, fortalecendo o sentimento de pertencimento destes, com a ambiência da biblioteca e com os dispositivos informacionais, principalmente, quando realizado de forma consciente e alinhado aos traços identitários de sua comunidade.

Diante do recente cenário pandêmico e pós-pandêmico, decorrente da propagação da COVID-19, que se deu a partir do início do ano de 2020 e repercutiu em escala global, as unidades de informação, mais especificamente, as bibliotecas universitárias brasileiras, bem como as demais tipologias de bibliotecas, passaram por um processo de resignificação, vislumbrando novas possibilidades de mediar informações e traços de culturas no ciberespaço, visto que as atividades laborais, nesse período de isolamento social, ficaram restritas ao teletrabalho ou trabalho

remoto e o uso das mídias sociais, por parte desses equipamentos culturais, foi intensificado de forma bastante significativa.

As motivações e interesses do pesquisador dessa investigação em discutir a presente temática emergem além de suas afinidades com as tecnologias, da atuação no gerenciando das mídias sociais do Sistema de Bibliotecas da UFBA (SIBI/UFBA), do qual faz parte da equipe técnica; e das lacunas evidenciadas na investigação desenvolvida pelo pesquisador no âmbito da Graduação em Biblioteconomia e Documentação da Universidade Federal da Bahia, quando foi realizada a análise do uso de dispositivos de comunicação da *Web* para a mediação da informação pelas bibliotecas dos Tribunais do estado da Bahia.

É nessa perspectiva que surge o desejo e a curiosidade desta investigação, que resulta do **problema** da presente pesquisa e se constitui em saber: como as bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro estão utilizando as mídias sociais para mediar a informação e a cultura junto ao seu público? Para tanto, delineou-se como **objetivo geral**: averiguar como as bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro estão fazendo uso das mídias sociais para mediação da informação e mediação cultural com sua comunidade usuária. Com a finalidade de assegurar o cumprimento do objetivo geral, foram formulados os seguintes objetivos específicos: (a) identificar os dispositivos utilizados e as atividades desenvolvidas pelas bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro no âmbito das mídias sociais; (b) descrever ações de mediação da informação e da cultura que revelem os aspectos socioculturais que permeiam o contexto em que as bibliotecas estão situadas; (c) investigar o alcance das dimensões da mediação da informação nas atividades desenvolvidas pelas referidas bibliotecas, a partir das mídias sociais.

Para que as atividades relacionadas à mediação da informação e da cultura nas bibliotecas universitárias alcancem um resultado satisfatório, é necessário refletir sobre elas, planejá-las, estabelecer objetivos e avaliar os resultados das ações desenvolvidas para esta finalidade. Ao analisar como essas unidades informacionais, que desempenham uma função primordial nas universidades, estão utilizando os dispositivos de comunicação da *Web* para intermediar a informação e a cultura com seu público, este estudo poderá contribuir, significativamente, para a conscientização dos bibliotecários gestores para a adoção dos diversos recursos digitais que possam agregar valor às suas ações enquanto mediadores, em um agir pautado na diversidade e singularidade identitária de sua comunidade usuária.

Nessa conjuntura, esta pesquisa se caracteriza quanto ao seu objetivo como descritiva, e a investigação se deu por meio da realização de um estudo de múltiplos casos, que teve como universo de investigação as bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro. Como amostra desse universo, foram selecionados os perfis institucionais nas mídias sociais selecionadas (*Facebook, YouTube e Instagram*) dos sistemas ou diretorias dessas bibliotecas universitárias, nos casos em que já se tenham consolidados, ou as bibliotecas denominadas centrais, tendo em vista o entendimento de que estas bibliotecas (centrais) se configuram dentro da universidade como modelo ou referência para as demais bibliotecas (setoriais), além de, em alguns casos, as coordenarem.

Foi adotada a técnica de observação direta e sistemática, nesses perfis, para descrever e organizar as ações que são desenvolvidas nesses espaços virtuais, associadas à técnica de análise de conteúdo das mensagens e postagens nesses dispositivos, bem como a aplicação de questionário junto aos bibliotecários gestores com o intuito de verificar aspectos relacionados ao gerenciamento desses perfis e ao alcance das dimensões da mediação da informação. O procedimento de análise dos dados foi tanto quantitativo quanto qualitativo.

Para a apresentação, este trabalho foi estruturado em sete seções. Seguindo esta **introdução**, têm-se as seções de **revisão de literatura**, as quais deram embasamento às análises da pesquisa e foram subdivididas da seguinte forma: a segunda seção discute acerca da mediação da informação e mediação cultural, levantando concepções e possíveis entrelaçamentos entre estes dois processos ou ações mediadoras. A terceira seção versa sobre as mídias sociais como dispositivos mediadores da informação e da cultura. A quarta seção aborda os usos e usuários da informação no contexto das bibliotecas universitárias. As seções seguintes apresentam a **trajetória metodológica**, destacando a caracterização e o delineamento da pesquisa e as etapas para a coleta de dados, subdividida em três, a saber: **primeira etapa**: levantamento das bibliotecas e definição da amostra; **segunda etapa**: análise do uso das mídias sociais pelas bibliotecas; e **terceira etapa**: identificação dos responsáveis pelo gerenciamento das mídias sociais e alcance das dimensões da mediação da informação.

Na sexta seção, são **apresentados os resultados** da pesquisa e realizadas as **discussões desses resultados**, estabelecendo relação com o referencial teórico abordado nesta investigação. Para isso, optou-se em subdividir essa seção em três

subseções, a fim de organizar o alcance dos objetivos propostos no trabalho: na primeira subseção, foi analisado o uso das mídias sociais investigadas pelas bibliotecas universitárias, de forma separada; na segunda subseção, foram refletidas a mediação da informação e mediação cultural pelas mídias sociais dessas bibliotecas; e na terceira subseção, foi investigado o alcance das dimensões da mediação da informação nas atividades desenvolvidas nesses espaços virtuais e na sétima e última seção, foram apresentadas as **considerações finais** desta pesquisa, retomando os principais pontos das análises realizadas na investigação, além de expor as limitações metodológicas contidas no trabalho, a exemplo da verificação do alcance da dimensão política da mediação da informação, assim como anuncia uma agenda prospectiva de estudos que explorem a interseção entre a mediação da informação e os elementos constitutivos da mediação cultural.

2 MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO CULTURAL: CONCEPÇÕES E ENTRELACAMENTOS

A mediação vem sendo, amplamente, estudada e refletida em diversas áreas do conhecimento e adotada em várias práticas profissionais, devido, principalmente, ao seu caráter múltiplo como conceito, fundamento teórico, epistemológico e pragmático. Uma dessas áreas em que a mediação tem se consolidado é a Ciência da Informação (CI), onde vem sendo vista ora como fundamento da área, conforme propõe Gomes (2020), ao abordar a mediação da informação e suas dimensões sob uma perspectiva social e ora como o próprio objeto ou núcleo epistemológico do campo da Biblioteconomia e da CI, conforme proposto por Almeida Júnior ao argumentar que:

[...] mais do que a informação, o bibliotecário deve estar preocupado com a mediação dessa informação. Hoje, nossa reflexão aponta para a mediação – muito mais do que a informação – como o objeto principal da biblioteconomia e, portanto, do fazer do bibliotecário. Tendo a mediação como diretriz, como norte, como objeto, o bibliotecário pode alterar, pode transformar sua ação social, não a ideal, mas a real (Almeida Júnior, 2004, p.86).

A partir dessa reflexão, entende-se que o profissional da informação precisa se preocupar com suas ações enquanto mediador da informação e não, somente, com a própria informação, podendo, desta forma, exercer o seu papel social como demanda à realidade e não como um fazer idealizado. O autor defende que a mediação da informação determina todo e qualquer fazer do profissional da informação e o olhar mais atento às práticas mediadoras, e não, somente, à informação registrada, possibilita que os espaços de atuação desses agentes sejam ampliados, pois ao levar em consideração apenas a informação em si como objeto de investigação da área, algumas atividades ou serviços desenvolvidas no campo como as ações culturais, as contações de história, apresentações teatrais, palestras, etc. acabam sendo excluídas desse rol de reflexão do seu fazer profissional.

O termo mediação, como é observado na literatura, possui um alcance bastante amplo, no entanto, tem como pretensão servir de interlocução, proporcionando estabelecer relações entre os elementos envolvidos, isto é, entre o agente mediador e o usuário, por meio da dialogicidade que é intrínseca à comunicação. Para Rodrigues (2000, p.84), a mediação é definida como um:

[...] processo de interlocução ou interação entre os membros de uma comunidade, pelo qual se estabelece, alimentam ou restabelecem laços de sociabilidade, constituindo assim o mundo da vida. A linguagem e a ação comum são os fatores privilegiados de mediação.

Em uma concepção semelhante, Marteleto (2009) analisa que a mediação é uma construção teórica que visa refletir sobre as práticas e os dispositivos que compõem as formas comunicacionais e informacionais e subsidiam os processos de atribuição de sentido, considerando os elos que, tanto os conteúdos quanto os suportes e os acervos, mantêm com a tradição cultural. E é um termo que, segundo Gellerau (2006 *apud* Marteleto, 2009), pode ser entendido sob dois pontos de vista: o de “relação com um sistema”, a exemplo da mediação social, ou o de “construção de sentido”, que se refere ao processo interpretativo, apoiado em linguagens e dispositivos.

Acrescenta-se, também, a afirmativa de que a mediação é uma ação de interposição de um “terceiro” (agente mediador) que acompanha e negocia tal ação, de modo a facilitar, interferir ou mediar algo ou alguma coisa para alguém, fazendo com que o sujeito que se beneficia com esse processo aprofunde seus conhecimentos e/ou descubra outros. Para Araújo (2012, não paginado), a ideia de mediação consiste em “[...] uma intervenção intencional, de um ‘colocar-se entre’ e, por meio justamente desta ação, fazer se relacionarem diferentes sujeitos, instituições e instâncias.” Infere-se, dessa forma, que ela ocorre com alguma intencionalidade, não havendo neutralidade e nem passividade em sua constituição, permitindo que se estabeleçam relações pessoais ou institucionais.

No âmbito da Ciência da Informação, um dos conceitos pioneiros acerca da mediação da informação foi apresentado no ano de 2008, no Encontro Nacional de Pesquisa em Pós-Graduação em Ciência da Informação (Enancib) por Almeida Júnior (2008, p.46, grifos nossos), ao afirmar que a

Mediação da Informação é toda **interferência** - realizada pelo profissional da informação -, direta ou indireta; consciente ou inconsciente; singular ou plural; individual ou coletiva; que propicia a **apropriação de informação** que satisfaça, plena ou parcialmente, uma necessidade informacional.

Destaca-se, nesse primeiro conceito, dois elementos importantes: a interferência e a apropriação da informação. A ideia de interferência contradiz um entendimento, muitas vezes aceito e defendido na área, da existência de uma certa

neutralidade ou imparcialidade do profissional da informação no exercício do seu trabalho. Defende-se que este profissional atua com um objeto ou fenômeno que por si só não é neutro, ou seja, a informação está sempre carregada e envolvida em concepções e significados que extrapolam o aparente, estando imersa em ideologias e se construindo envolta de interesses, necessidades e poderes sejam econômicos, políticos, culturais, etc.. Almeida Júnior (2008) ainda destaca a existência de uma linha tênue entre a interferência e a manipulação, reforçando a necessidade de um agir consciente por parte dos profissionais da informação, com o intuito de diminuir o risco e as consequências de uma possível 'manipulação'.

O segundo elemento, destacado por Almeida Júnior (2008), versa sobre a importância da preocupação com o processo de apropriação da informação e não, somente, com a disseminação dela. Muito além do simples acesso aos materiais informacionais, que busquem atender a uma determinada necessidade ou desejo, o profissional da informação deve zelar, também, pela assimilação ou compreensão dos conteúdos disponibilizados para seus usuários, de forma a possibilitar uma transformação, uma alteração ou modificação de seus conhecimentos prévios. Essa apropriação, também, poderá ocorrer de maneira tanto consciente quanto inconsciente.

Almeida Júnior (2008) esclarece que a mediação da informação ocorre de forma implícita e explícita, ou indireta e diretamente. A mediação implícita ou indireta pode ser entendida como as atividades-meio dos ambientes informacionais, como a formação e desenvolvimento de coleções (seleção, aquisição, doação, desbastes e descartes), o processamento técnico (catalogação, classificação e indexação) e as atividades de conservação e restauração, as quais não exigem a presença física ou imediata do usuário, mesmo assim, existe a preocupação de atender às suas necessidades informacionais, devendo estar sempre relacionados aos seus interesses e demandas.

Já a mediação explícita ou direta, pode ser compreendida, no contexto dos ambientes informacionais, como as atividades-fim de tais espaços, em que há uma interação direta entre os usuários e os profissionais da informação, tais como as atividades realizadas no setor de referência, como atendimento ao público, disseminação seletiva da informação, dentre outras (Almeida Júnior, 2008). Nesse tipo de mediação, a presença do usuário é imprescindível, mesmo que tal presença não seja física ou síncrona, como, por exemplo, na interação à distância ou virtual.

O conceito de mediação da informação, proposto por Almeida Júnior (2008), foi reformulado em 2015, pelo próprio autor, a fim de reiterar a mediação como um processo e incluir outras concepções, como a ambiência de equipamentos informacionais, satisfação parcial e momentânea do usuário e a geração de conflitos que ocasionam novas necessidades informacionais. Assim, ele amplia o conceito de mediação da informação, definindo como:

[...] toda ação de interferência – realizada em um **processo**, por um profissional da informação e **na ambiência de equipamentos informacionais** –, direta ou indireta; consciente ou inconsciente; singular ou plural; individual ou coletiva; visando a apropriação de informação que satisfaça, parcialmente e **de maneira momentânea**, uma necessidade informacional, **gerando conflitos** e novas necessidades informacionais (Almeida Júnior, 2015, p.25, grifos nossos).

Percebe-se que, nesta nova conceituação, ainda são preservadas as ideias de interferência e de apropriação da informação, mas exclui a concepção de satisfazer plenamente uma necessidade informacional, visto que esta satisfação ocorre de forma efêmera, ao impulsionar a geração de novas necessidades e conflitos. Desse modo, a mediação da informação se estabelece em um processo, que envolve sujeitos e situações, desencadeando novas dúvidas ou novas inquietações, que acabam suscitando outras mediações.

O termo “ambiência” é adotado, no conceito, como forma de modificar a ideia de que os equipamentos informacionais são lugares isolados, delimitados fisicamente, conforme o termo “ambiente” pressupõe. Contrapondo-se a esse entendimento, a concepção de ambiência defende que a interferência de um dispositivo informacional vai além desse espaço geográfico, estendendo-se aos ambientes de vida e de convívio de seus usuários (como em suas casas, trabalhos, lazer, etc.), abarcando todo o universo informacional em que a informação circula.

Segundo Gomes (2010, p.87), “para tratar de mediação, de início, é preciso situá-la como ação vinculada à vida, ao movimento, ao processo de construção de sentidos”. Infere-se, pois, que a mediação da informação é um processo/ação comum no cotidiano das pessoas, em todas as instâncias, e é subsidiada, conforme nos diz a autora, pelas interações sociais e mediações simbólicas, destacando-se, nesta perspectiva, a linguagem como principal dispositivo para que haja comunicação - um processo que é intersubjetivo e produto da dialética.

Defende-se que é por meio da mediação da informação que somos capazes de agir e interferir na realidade que nos cerca, e reflete-se a mediação enquanto uma zona de confluência entre a informação e a comunicação (Gomes, 2016), voltada ao desafio da interligação dos sujeitos que buscam compartilhar e acessar os saberes e conhecimentos, ressaltando esse processo como essencial ao desenvolvimento humano e considerando a dialogia, sua base de sustentação nos ambientes informacionais.

Compreendendo a mediação da informação como uma ação dialética e interacionista, Gomes (2014, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020a, 2020b) analisa a partir de cinco dimensões: **dialógica, estética, formativa, ética e política**. Tais dimensões devem ser levadas em consideração para que se ocorra uma efetiva e consciente ação mediadora, contribuindo para a apropriação da informação e tomada de consciência por partes dos sujeitos envolvidos, favorecendo também o desenvolvimento do “protagonismo social”, possibilitando que o acesso, uso e a apropriação da informação se efetivem por princípios democráticos capazes de fortalecer as lutas por inclusão e justiça social.

A **dimensão dialógica**, segundo a autora, é associada à dialogia, que é intrínseca a ação de mediação da informação, sendo o seu alicerce, e é acentuada quando esta ocorre conscientemente, permitindo que os sujeitos interajam e se envolvam de forma cooperativa e participativa, possibilitando trocas intra e intersubjetivas, gerando ressignificações e tornando-se protagonistas, também, nesse processo, de forma a estimular o exercício da crítica. Para Gomes (2020, p. 12),

Sem a dialogia não é possível realizar a mediação da informação. Desse modo, um mediador consciente do significado da ação mediadora, passa a considerar e desenvolver o processo dialógico, buscando observar e compreender as singularidades dos sujeitos envolvidos na ação de interferência, assegurado a todos o espaço de voz, de modo que estejam envolvidos e protagonizando a ação.

Nesse sentido, exige-se do agente mediador, uma certa disposição e preparo para lidar com os diferentes pontos de vista, respeitando-os e impulsionando as expressões, interpelações e manifestações dos sujeitos envolvidos nas ações mediadoras, de modo a favorecer a criação de uma ambiência de conforto emocional e acolhimento, permitindo o alcance, de acordo com Gomes (2020), da **dimensão estética** da mediação da informação, ponderando que:

Os sujeitos da ação comunicativa precisam transitar com 'conforto emocional' no 'ambiente' informacional que, mais do que consistir em um espaço fisicamente geográfico, precisa se constituírem uma ambiência que se abre ao outro, acolhendo-o e colocando-se com disponibilidade à construção de laços de pertencimento. Nesse sentido, a ambiência se expande e projeta o ambiente informacional, **que pode ou não ser físico**, atuando para além de suas fronteiras geográficas, na condição de um dispositivo informacional dialógico, que está a serviço da construção e fortalecimento do espaço da interlocução (Gomes, 2020, p.14, grifo nosso).

Amplia-se e consolida-se, desta forma, os ambientes informacionais enquanto espaços de sociabilidade. Esta ação comunicativa dialógica permite que o indivíduo acione a chamada "zona de desenvolvimento proximal" (ZDP), que conforme Vygotsky (1998, 2001, 2003a, 2003b *apud* Gomes, 2020), é uma instância potencializadora do desenvolvimento interior do sujeito e da construção de sentidos/apropriação da informação, alcançando a **dimensão formativa** da mediação, ao possibilitar, também, alterações no estado intelectual, cognitivo e afetivo dos sujeitos envolvidos.

Gomes (2020) ainda expõe que o caráter formativo, estritamente ligado à experiência do encontro com a informação, revela-se no sentido de a mediação possibilitar aos sujeitos envolvidos significarem e ressignificarem suas ações ou seus saberes, ou conhecimentos, em permanente processo de formação, que se efetiva na interação com outros e com o meio em que vive.

Já a **dimensão ética** da mediação da informação, de acordo com Gomes (2020), deve ser vista e alcançada como um eixo articulador das demais dimensões, o que demanda, do agente mediador, um olhar cauteloso e cuidadoso de suas práticas mediadoras, respeitando à alteridade ou o contraditório nas comunicações, de maneira a assegurar os espaços de interação, tendo a consciência e a competência para interferir diminuindo os riscos de manipulação. Pensamento alinhado ao de Almeida Júnior (2008, 2009), ao apontar sobre a linha tênue entre interferência e manipulação. Uma conduta ética e política é, nesse sentido, essencial para dar transparência às práticas mediadoras, exigindo a adoção de princípios que possam inibir a censura e considerem a igualdade de direitos e de liberdade de pensamento.

Quando alcançadas as dimensões dialógica, estética, formativa e ética, por meio da mediação consciente da informação, chega-se, segundo Gomes (2020) à **dimensão política**, ao proporcionar condições para uma tomada de consciência dos sujeitos envolvidos como seres políticos, que assumem suas posições enquanto protagonistas sociais. Essa última dimensão, conforme destaca Gomes (2020, p. 18):

[...] contribui para a uma sociedade ativa na construção humanizadora do mundo porque, ao ser alcançada, ela impulsiona a adoção da luta pelo respeito à alteridade, pelo fundamento democrático do livre pensar, pelo combate à desinformação e às informações falsas, pela resistência quanto à redução do espaço crítico e da ação e pelo fortalecimento da justiça e inclusão social, como fundamentais à existência humana, ao cuidado com o outro, como meio e com o projeto civilizatório.

Nesse sentido, a autora propõe, em seus estudos, que a efetividade das ações mediadoras está condicionada a uma mediação consciente da informação que visa, responsabilmente, alcançar as cinco dimensões supracitadas de forma a permitir o desenvolvimento pleno e significativo dos sujeitos que fazem parte de todo o processo.

O agente mediador, ao realizar as atividades de mediação da informação de maneira a enaltecer os traços socioculturais da comunidade usuária, pode alcançar o entrelaçamento com a mediação da cultura. Por entendermos a informação enquanto um fenômeno cultural, faz-se necessário, também, refletir sobre a mediação cultural. Para refletirmos sobre a mediação cultural, torna-se relevante e imprescindível esclarecer o conceito de cultura.

Para Santos (2006), cultura faz referência à humanidade, como um todo, ao mesmo tempo que, também, singulariza cada um dos povos, nações, sociedades e grupos humanos. O referido autor apresenta duas concepções básicas de cultura: a primeira está relacionada com todos os aspectos de uma realidade social, isto é, com tudo que caracteriza a existência social de determinado grupo de indivíduos. A segunda concepção se refere aos conhecimentos, às ideias e às crenças, como também à forma como eles interagem na vida social. Em ambas as concepções, observa-se o caráter coletivo, que diz respeito à totalidade de atributos ou características de uma realidade social.

Segundo Silva e Santos Neto (2017, p. 31), a cultura, em seu sentido lato, pode ser compreendida como

[...] um conjunto de elementos que são incorporados pelo homem que vive em sociedade e, também aqueles, que são construídos a partir de sua inteligência, envolvendo seus gostos e comportamentos, posições e discursos, características e divergências, contextos e meio social.

Desta maneira, percebe-se a cultura como um construto social, que não pode

ser visto como algo estático e acabado, mas sim, dinâmico e mutável, pois as sociedades estão, sempre, em constante desenvolvimento e passam por perenes processos de transformações, que fazem com que novos elementos sejam incorporados à vida social de forma colaborativa e participativa.

Um dos primeiros conceitos de mediação cultural, na literatura brasileira, foi apresentado por Coelho (1997) em sua obra “Dicionário crítico de política cultural”, onde a define como:

Processos de diferente natureza cuja meta é promover a **aproximação entre indivíduos e obras de cultura e arte**. Essa aproximação é feita com o objetivo de facilitar a compreensão da obra, seu conhecimento sensível e intelectual – com o que se desenvolvem apreciadores ou espectadores, na busca da formação de públicos para a cultura – ou de iniciar esses indivíduos e coletividades na prática efetiva de uma determinada atividade cultural [...] Os diferentes níveis em que essas atividades podem ser desenvolvidas caracterizam modos diversos da mediação cultural, como a **ação cultural, a animação cultural e a fabricação cultural** (Coelho, 1997, p. 247, grifos nossos).

Na perspectiva do autor, esse tipo de mediação, constitui-se em processos que se desenvolvem por meios de diversas ações que visam, em primeira instância, aproximar o público a objetos culturais, buscando-se, pois, tornar conhecidas as diferentes manifestações artísticas e culturais existentes na esfera social. Rasteli e Cavalcante (2014) também concordam que a mediação cultural possibilita a aproximação dos sujeitos a produtos culturais diversos, ao afirmarem que:

A mediação cultural é percebida também pelo prisma da aproximação de sujeitos a produtos e artefatos culturais, como obras de arte, livros, exposições, espetáculos e ações de incentivo à leitura. Dessa forma, mediação cultural é vista como uma atividade processual, que possibilita o encontro, o acesso e a apropriação (Rasteli; Cavalcante, 2014, p. 47).

Com base nessa reflexão, destaca-se a referência ao livro como dispositivo a ser adotado no âmbito da mediação cultural. Com isso, reitera-se a relevância de ambientes informacionais, como as bibliotecas, na realização de atividades que promovam o encontro do sujeito-usuário com livros e demais materiais bibliográficos, de maneira que este sujeito possa se apropriar dos aspectos socioculturais, que estão materializados em tais dispositivos e na própria ambiência da biblioteca.

Para Perrotti e Pieruccini (2007), o conceito de mediação cultural é correlato ao de dispositivo e ocupa uma posição central em seus trabalhos, “[...] referindo-se a um

conjunto de elementos de diferentes ordens (material, relacional, semiológica) que se interpõem e atuam nos processos de significação” (Perrotti; Pieruccini, 2007, p. 82-83). Esses autores consideram essa mediação como

[...] categoria intrínseca aos processos de significação, portanto, essencial, condição que leva a considerar os elementos que constituem seus processos não simplesmente como ferramentas, mas como signos, portadores de sentidos, agregados à economia das significações. [...] Nesse sentido, os dispositivos informacionais são dispositivos de mediação e estão carregados de conceitos e significados. Necessitam, portanto, ser considerados além de suas dimensões funcionais. São processos simbólicos, discursos. Contam. Narram (Perrotti; Pieruccini, 2007, p. 83-84).

Sob esse prisma, entende-se a mediação cultural como processos cujos elementos e dispositivos se constituem enquanto mecanismos de geração de sentidos, ligados a uma dimensão simbólica que é compartilhada e construída em espaços sociais de representação pública. Em uma perspectiva semelhante, Lamizet (1999) propõe um entendimento da mediação cultural situando-a na ordem de representação do espaço social. O autor defende que a mediação representa o imperativo social essencial da dialética entre o singular e o coletivo, e de sua representação em formas simbólicas de apropriação e interação entre os sujeitos.

Silva (2015) define a mediação cultural como sendo

[...] uma construção e representação dos processos sociais e artísticos que busca no diálogo com indivíduos e/ou grupos promover significados e sentido a realidade humana a partir de um conjunto de atividades pensadas e constituídas coletiva e dialogicamente (Silva, 2015, p. 98).

Com base nesse entendimento, a mediação cultural ocorre por meio de processos interativos pautados na dialogia. Outro conceito de mediação cultural, bastante difundido na literatura, é o de Davallon (2007, p.4), que segundo ele, visa, a nível funcional,

[...] fazer acender um público a obras (ou saberes) e a sua ação consiste em construir uma interface entre esses dois universos estranhos um ao outro (o do público e o, digamos, do objeto cultural) com o fim precisamente de permitir uma apropriação do segundo pelo primeiro.

O autor destaca, então, um aspecto importante que também Almeida Júnior

(2008, 2015) evidenciou em seu conceito de mediação da informação: a apropriação.

Perrotti e Pieruccini (2007) também apontam para a demanda da apropriação cultural nos processos de mediação e enfatizam que apropriar-se da cultura não é, somente, tomar posse de uma herança cultural ou identificar-se com os elementos culturais de uma sociedade, mas, sobretudo, tornar próprios saberes e fazeres envolvendo objetos e fenômenos de uma cultura, dando-lhes sentido, por meio da reconstrução, desconstrução e inovação desses saberes, fazeres e objetos, tornando-se e desenvolvendo-se como protagonistas culturais. Este protagonismo cultural, portanto, estaria associado à participação e à afirmação na vida cultural, de forma tanto individual quanto coletiva, produzindo e criando significados e sentidos, ao invés de apenas usar ou consumir determinada cultura.

Ao tratarem da mediação cultural relacionada à formação do bibliotecário, Lima e Perrotti (2016, p. 162) afirmam que essa mediação pode ser compreendida como um

[...] termo mais amplo que, em nosso entendimento, engloba a mediação da informação, por ser a informação um objeto cultural - requer do mediador competências e atitudes de um negociador cultural, para atuar como tal junto a outros protagonistas, com conhecimentos interdisciplinares e consciência de sua função social.

Diante desse entendimento, fica evidente o possível entrelaçamento da mediação da informação com a mediação cultural, de forma a demandar dos profissionais da informação um olhar mais atento para os elementos que possuem relação com a cultura do ambiente em que estão inseridos. Assim, os bibliotecários, por exemplo, podem e devem, em suas ações mediadoras, identificar e revelar traços identitários e culturais da região em que estão inseridos, aproximando os usuários por meio de suas características, histórias, costumes e tradições, potencializando a apropriação desses elementos através da construção de sentidos.

Neste aspecto, ao abordarem a informação enquanto uma construção social, Azevedo e Marteleto (2008, p. 277) enunciam que

[...] a informação é abordada como um fenômeno intimamente relacionado ao conhecimento, à interação e à comunicação, sendo produto de uma construção social que ocorre num contexto cultural-histórico-político, marcado por diferenças e disputas de classe, não só de natureza econômica e material, mas também simbólica.

Percebe-se que para estudar questões relativas ao fenômeno da informação, faz-se necessário observar os aspectos sociais e culturais que estão e são correlacionados aos diversos tipos de conteúdos informacionais, visto que são nessas esferas que elas se fazem presentes em sua pluralidade de discursos e representações da realidade. A informação, desse modo, pode ser vista como um fenômeno indissociável da cultura e do social.

Santos, Sousa e Almeida Júnior (2021), ao tratarem sobre os valores pragmático, afetivo e simbólico no processo de mediação consciente da informação, nos alertam que é latente a necessidade de os mediadores entenderem os contextos em que os sujeitos estão inseridos e suas necessidades distintas no processo singular de apropriação da informação. Dessa forma, ao atribuírem tais valores às ações mediadoras, os agentes envolvidos contribuem, significativamente, para uma atuação humanizada e favorecem o desenvolvimento de uma convicção da importância e da responsabilidade social dessas ações. Ressalta-se, também, que

Quando o profissional da informação compreende o seu agir para além do âmbito profissional e atribui à mediação da informação uma convicção de agir no mundo, um *modus operandi* poderá contribuir para que os sujeitos possam compartilhar conhecimentos e aspectos ligados à cultura, aos saberes e às crenças de grupos sociais, (re)conhecer os ambientes informacionais como dispositivos socioculturais, em que podem se empoderar, compreender a história de vida do outro, reconhecer suas diferenças e respeitá-las e interagir com eles (Santos; Sousa; Almeida Júnior, 2021, p. 349).

Dessa maneira, quando o profissional da informação toma consciência de suas ações mediadoras de maneira a atribuir valores a essas ações, cria-se uma ambiência de conforto e pertencimento que propicia o diálogo e o agir protagonista dos sujeitos sociais, políticos e culturais.

Entendendo a mediação da informação e a mediação cultural como ações que requerem a negociação, Oliveira (2014) chama a atenção para a necessidade de sabermos negociar diante das diversas situações que nos são impostas e reflete que esta negociação

[...] contempla, além de um modo de se relacionar, a busca por um diálogo (mesmo se árduo) na situação de divergência, ou seja, existe a consideração do outro enquanto possibilidade de troca e mudanças (dele e do 'si mesmo'). Não é, portanto, ruptura, nem imposição pela força, como no caso da guerra, mas possibilidade jogada no âmbito de disputas que se valem da capacidade humana de simbolizar e de expressar-se por meio da linguagem (Oliveira,

2014, p. 114).

Nesta perspectiva, esse processo de negociação, que subsidia as ações mediadoras, precisa ser guiado por elementos identitários, memorialísticos e socioculturais, que configuram sentidos e significados aos sujeitos para que haja uma efetiva apropriação cultural e informacional, de forma a fomentar e fortalecer a identidade e a memória dos indivíduos e grupos sociais, aproximando-os dos dispositivos que lhes gerem sentido e que possuam algum tipo de representatividade, dando-lhes voz e espaço para tornarem-se protagonistas de suas próprias histórias.

Quando a mediação da informação é pautada no contexto sociocultural em que os ambientes informacionais estão inseridos, ocorre a possibilidade dos sujeitos envolvidos nas ações mediadoras ressignificarem os elementos e artefatos informacionais e culturais e se apropriarem deles com maior facilidade e propriedade, tendo em vista que tais elementos integram o meio em que vivem de forma a compor sua identidade cultural, criando uma relação de pertencimento com os dispositivos informacionais.

Nota-se, pois, a necessidade de se considerar nas atividades de mediação da informação os aspectos sociais e culturais dos sujeitos, suas relações e características, que ao tempo em que são individuais também são coletivas, e guardam consigo memórias, conhecimentos e informações que ao serem disseminadas, tornam-se acessíveis e produzem novos sentidos e significados.

Ao analisar o conceito de mediação e suas interfaces informacionais a partir dos conceitos de complexibilidade e transdisciplinaridade, Feitosa (2016, p. 113) ressalta que,

Para além dos discursos sobre a importância das mediações culturais e informacionais, é necessário entender essa mediação contemplando as formas contemporâneas de interação, de interacionismo simbólico, de cumplicidades culturais, de trocas simbólicas e de como esses fenômenos modificam os contextos de onde são produzidas as informações, mas também aqueles por onde elas circulam e nos quais são recebidas para provocarem, aí sim, as verdadeiras mediações socioculturais.

Observa-se, desta forma, a relevância em considerar os contextos sociais e culturais onde perpassam a informação e onde os sujeitos que a produzem e se apropriam delas estão situados. Assim, será possível estabelecer vínculos e fortalecer

relações entre os elementos constituintes das ações que visem mediar algo para determinado público.

Uma vez discutidos os aspectos relacionados à mediação cultural e à mediação informação, será abordado, na seção seguinte, os desafios da chamada “sociedade moderna” ou tecnológica, que implica na apropriação de novos e complexos saberes como condição para lidar com as novas relações entre profissionais da informação, comunidades e dispositivos de comunicação e informação, sobretudo as promovidas pelo advento das novas Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), a exemplo das próprias mídias sociais, que, neste cenário, podem se configurar como relevantes dispositivos que contribuem nessas ações mediadoras.

3 AS MÍDIAS SOCIAIS COMO DISPOSITIVOS MEDIADORES DA INFORMAÇÃO E DA CULTURA

O progresso das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) tem provocado transformações significativas no desenvolvimento das atividades realizadas nas unidades de informação, otimizando processos e estimulando uma nova dinâmica na produção, organização, disseminação e acesso aos produtos e serviços informacionais. A Internet, por meios de dispositivos de comunicação, vem fomentando e ampliando espaços propícios à interação e à dialogia entre os usuários e os profissionais que atuam em ambientes informacionais e culturais, possibilitando uma cultura mais colaborativa e participativa ao permitir a troca e a interlocução de informações entre os sujeitos.

Os hodiernos processos de criação, inovação, uso e reuso da informação vem fazendo com que novas possibilidades de produção de conhecimento e de interação se expandam de forma crescente na sociedade contemporânea. Nos últimos anos, as mídias sociais, acompanhadas das evoluções tecnológicas, têm trazido diversas possibilidades de comunicação entre pessoas, instituições e organizações de modo geral, assim como, entre as bibliotecas e seus usuários. Saracevic (1996) destaca ainda que o imperativo tecnológico, ou seja, todos os avanços relacionados às tecnologias digitais estão inexoravelmente ligados à Ciência da Informação (CI).

Nesse sentido, pode-se afirmar que o dinamismo tecnológico se apresenta como um fator que impacta, diretamente, na forma com que se desenvolvem as ações de mediação da informação e mediação da cultura. Desta forma, salienta-se a importância de acompanhar, constantemente, os 'espaços' em que os usuários circulam e quais são suas reais necessidades ou anseios informacionais entrelaçados aos seus traços culturais para que seja possível direcionar, de forma explícita/direta ou implícita/indireta, informações que os satisfaçam e favoreçam suas apropriações. Castells (2016) destaca que a inovação tecnológica e a transformação organizacional focada na flexibilidade e na adaptabilidade foram cruciais para garantir a velocidade e a eficiência da reestruturação desse novo modelo informacional e cultural da contemporaneidade. Segundo o autor:

A sociedade da informação [...] marcada pela centralidade do processamento da informação [...] a Internet muda o âmbito das relações laborais, empresariais, pessoais e de convivência entre os membros de uma sociedade ao ponto de estarmos a organizarmos de forma diferente: a organizarmos em rede (Castells, 2016, p. 202).

Com base na reflexão do autor, reforça-se o entendimento de que quanto os produtos e serviços de bibliotecas precisam acompanhar a dinamicidade da sociedade frente às inovações tecnológicas e no uso de produtos digitais, uma vez que esses fatores refletem, diretamente, no comportamento e nas necessidades dos usuários. Para além de automatizar os produtos e serviços biblioteconômicos, é preciso participar dos diversos espaços que a Internet possibilita, pois lá estarão os usuários.

Paletta, Morreiro-Gonzalez e Vergueiro (2020) enfatizam que a era digital impõe uma nova agenda de discussão para a CI que possibilite entender o papel das novas tecnologias de informação e comunicação, os impactos provenientes da explosão informacional para organização e análise de dados, assim como os desafios impostos pelas transformações digitais para a CI no decorrer do século XXI.

A mediação da informação, em seu escopo teórico e prático, está, intrinsecamente, ligada às ações que perpassam pela organização, representação e disseminação da informação, desenvolvidas pelos profissionais da informação, seja em ambientes físicos ou em ambientes virtuais. Desta forma, a comunicação e a interação, via mídias sociais, por exemplo, evidenciam a importância desses tipos de ações em uma unidade de informação, principalmente, quando os seus usuários estão, cada vez mais, conectados à Internet e fazendo uso mais frequente de equipamentos eletrônicos como *smartphones*, *smart tvs*, *tablets* e computadores.

Segundo pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), junto à Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) em 2021, a Internet já havia chegado a 90% das casas dos brasileiros. E nesse mesmo panorama, conforme o Relatório Digital 2023, do *We Are Social* e da *Meltwater* (2023), o número de usuários de mídia social no Brasil no início do ano de 2023 era equivalente a 70,6% da população total. Esses dados evidenciam a expansão, em grande escala global, do acesso à Internet e a popularização do uso das mídias sociais como meio de comunicação no ambiente virtual.

No âmbito das atividades e ações de mediação da informação realizadas pelas bibliotecas, pode-se destacar o papel desses dispositivos de comunicação, existentes no ciberespaço, ao potencializarem o acesso à informação e ao favorecerem a interação entre os sujeitos, possibilitando a troca, o compartilhamento e a disseminação de informações, de manifestações culturais e experiências, permitindo maior comunicação e aproximação entre os profissionais que atuam em ambientes

informacionais e seus usuários.

“Dispositivo de comunicação da *Web*” é entendido, nesta pesquisa, como um instrumento que viabiliza e potencializa o acesso e a aproximação dos usuários com a informação no ambiente digital, a exemplo das próprias mídias sociais, que possibilitam a comunicação e a interação entre os sujeitos que possuem interesses em comum. De acordo com Peraya (2002, p. 53), “[...] um dispositivo é uma instância, um lugar social de interação e de cooperação com intenções, funcionamento e modos de interação próprios.” Pode-se expandir a compreensão de dispositivos com as reflexões realizadas por Pieruccini (2007, p. 35), a qual define o dispositivo como um “[...] signo, um mecanismo de intervenção sobre o real, que atua por meio de formas de organização estruturada, utilizando-se de recursos materiais, tecnológicos, simbólicos e relacionais, que atingem os comportamentos e condutas afetivas, cognitivas e comunicativas dos indivíduos.” Nesse sentido, justifica-se a adoção do termo “dispositivo” para se referir aos recursos de comunicação da *Web*, visto que interferem e potencializam as relações entre os sujeitos, contribuindo para seu desenvolvimento social, cultural e cognitivo.

Gomes (2014), ao adotar os estudos de Peraya (1999) para refletir acerca das dimensões da mediação da informação, afirma que a mediação se desenvolve na articulação de dispositivos de natureza técnica, semiológica e pragmática. Nesse sentido, pode-se afirmar que os recursos de comunicação da *Web* podem ser considerados como dispositivos de mediação, logo que estes, também, possuem essas mesmas naturezas. Justifica-se a natureza técnica por adotarem procedimentos, instrumentos, recursos, que favorecem a disponibilização, busca e recuperação da informação de maneira rápida e efetiva. Semiológica por envolverem um conjunto de símbolos e signos próprios que auxiliam o processo de comunicação e representação cultural. E pragmática porque a própria natureza desses recursos de comunicação demanda e estimula uma ação.

A evolução da *Web*¹ vem sendo apresentada e dividida em sua literatura, até o momento, em quatro grandes fases: *Web 1.0*, *Web 2.0*, *Web 3.0* e *Web 4.0*. Na figura 1, é possível identificar algumas características e diferenças que poderão auxiliar na compreensão desses contextos e seus impactos na mediação da informação e da

¹ A *Web*, simplificação terminológica derivada da *World Wide Web* (*www*), é qualquer página disponível por meio de um site que proporciona facilidade para navegar perante os conteúdos disponíveis. As páginas são desenvolvidas em linguagem de marcação, nas quais podem ser interpretadas pelos respectivos navegadores, apresentando interface gráfica para o usuário final em diferentes formatos.

cultura.

Figura 1 - Evolução da *Web* e suas principais características e diferenças



Fonte: Koo (2011); Alcca Quispe (2019).

Observa-se, diante do exposto, que, na primeira fase da *Web* (a *Web* 1.0 - que ocorreu nos anos de 1990), predominam sites de conteúdo estático, com pouca interatividade dos usuários e inicia-se um processo de rompimento de barreiras físicas a partir do digital. Na *Web* 2.0, também conhecida como *Web* social ou *Web* participativa (que ocorreu entre os anos 2000 a 2009), houve uma mudança drástica quando os internautas começam a lidar com as novas ferramentas digitais, surgindo o conceito de “partilha”, em que dados e informações são compartilhados nas redes sociais digitais, a exemplo dos *blogs*, *Facebook*, *LinkedIn*, *Orkut*, *Twitter*, etc. A *Web* 3.0 ou *Web* semântica se fundamenta em processos mais complexos e interpretativos,

com organização e uso de maneira inteligente do conhecimento disponível na Internet e está voltada para a inteligência coletiva, que se caracteriza pela construção participativa de várias pessoas. Já a *Web 4.0*, é voltada para a facilitação do dia a dia das pessoas, em contexto de mobilidade e ubiquidade, amparando-se na ideia de que a tecnologia está onipresente na vida das mesmas e nesta fase, observa-se o uso de sistemas operacionais dinâmicos e inteligentes capazes de utilizar e interpretar informações (Koo, 2011; Alcca Quispe, 2019).

Neste processo evolutivo da Internet, destacam-se as contribuições e avanços que caracterizaram a segunda fase: a chamada *Web 2.0*. Maness (2007, p. 43) ressalta que ela “[...] não é uma *Web* de publicação textual, mas uma *Web* de comunicação multisensitiva. Ela é uma matriz de diálogos, e não uma coleção de monólogos. Ela é uma *Web* centrada no usuário de maneira que ela não tem estado distante de ser”. Com base nesse entendimento, compreende-se que na fase da *Web 2.0* a Internet já apresenta espaços propícios à interação a partir de processos dialógicos. Aguiar (2012, p. 46) complementa tal afirmação, enfatizando que

O surgimento da primeira *Web*, no fim da década de 1980, trouxe grandes avanços no acesso à informação e para a comunicação. No entanto, o usuário era um mero espectador, já que muitos dos conteúdos disponibilizados na rede eram oferecidos somente por empresas ou por pessoas que tivessem conhecimentos técnicos avançados. Com a evolução da *Web* para a *Web 2.0*, cada vez mais o usuário comum (sem conhecimentos de linguagem de programação) passa a produzir conteúdos.

No contexto da *Web 2.0*, os usuários deixam de ser meros consumidores e receptores de informação, para se tornarem, também, produtores de conteúdo. Isso ocorre, principalmente, por conta da diversidade de dispositivos de comunicação que surgem neste período e que permitem, aos usuários, criarem conteúdos, compartilharem documentos, fotos, vídeos, realizarem comentários, avaliações e marcações com as *tags* e, ao mesmo tempo, estabelecerem processos de interações com os demais sujeitos que integravam as redes. Primo (2007, p. 2) ainda afirma que a *Web 2.0* possui “[...] repercussões sociais importantes, que potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social do conhecimento apoiada pela informática”.

É a partir desse período que se populariza o uso das mídias sociais, que, de acordo com Telles (2011, p. 19), “[...] são sites na Internet construídos para permitir a

criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos”. Ou seja, a partir do uso de mídias sociais, os sujeitos acessam, produzem e disseminam informações e manifestações culturais. Lampe *et al.* (2011, p. 2) compreendem mídias sociais como instrumentos cujas interfaces são de grande usabilidade e facilitam a interação no ciberespaço: “[...] o termo ‘mídias sociais’ inclui uma variedade de ferramentas e serviços que viabilizam interação direta do usuário em ambientes mediados por computador”. Desta forma, esses ambientes apresentam-se como espaços propícios para que as bibliotecas e demais unidades de informação possam se aproximar de seus usuários, na tentativa de conseguirem dialogar com maior efetividade com os sujeitos que buscam pelos serviços e produtos ofertados de maneira prática e eficaz, assim como estimularem a produção e o acesso ao conhecimento e à cultura de diferentes naturezas.

Conforme expõem Calil Junior, Corrêa e Spudiet (2013), a noção de mídias sociais é apontada, na literatura, para a aproximação das noções de *Web 2.0*, entendendo-as como um termo mais genérico, que abrangeria o conjunto de ferramentas que surgem nesta fase, a exemplo dos sites de redes sociais - como *Orkut* (não mais ativo), *Facebook*, *Instagram Myspace*, *LinkedIn* - juntamente com mídias como o *Twitter*, *YouTube*, *SlideShare*, dentre outros serviços, que visam o compartilhamento de conteúdo. Desta forma, pode-se afirmar que as mídias sociais incorporam em sua estrutura determinados grupos ou redes sociais, a exemplo das redes sociais virtuais. No quadro a seguir, são apresentadas as principais diferenças entre as mídias sociais e as redes sociais:

Quadro 1 - Principais diferenças entre mídias sociais e redes sociais

Especificação	Definição	Objetivo	Características principais
Mídias sociais	As mídias sociais englobam toda a informação que é gerada nas redes sociais, com a possibilidade de participação direta dos usuários.	Ao mesmo tempo que disseminam conteúdo, as mídias sociais oferecem a possibilidade de interação entre os usuários.	Elas têm como característica principal a possibilidade de oportunizar o compartilhamento de conteúdos e opiniões, e não somente promover os relacionamentos interpessoais.
	As redes sociais	Enquanto as	Os sites de

Redes sociais	podem ser consideradas uma subcategoria das mídias sociais. São ambientes que focam em reunir pessoas, os chamados membros, que uma vez inscritos, podem expor seu perfil com dados, fotos pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidades.	mídias sociais são mais amplas devido às suas características, a rede social tem como foco o relacionamento entre as pessoas.	relacionamentos ou redes sociais digitais servem como um espaço para as pessoas compartilharem conteúdo, opiniões e acima de tudo, criarem laços umas com as outras. São ambientes que focam em reunir pessoas.
----------------------	--	---	---

Fonte: Ferreira; Nunes (2021).

Baseado nessas diferenças, apresentadas por Ferreira e Nunes (2021), acerca das mídias e redes sociais, optou-se por utilizar, nesta pesquisa, o termo “mídias sociais” pelo fato de ser mais abrangente do que as “redes sociais” que são vistas como uma subcategoria dessas mídias, além de terem como propósito maior a interação entre os usuários, a possibilidade de compartilhar conteúdo e opiniões, não estando focadas apenas em promoverem relacionamentos entre as pessoas.

Na concepção de Recuero (2012), as mídias sociais possuem múltiplas características como a criatividade, conversação, diversidades de fluxos de informações, emergências de Redes Sociais e a emergência do capital social mediado. Sobre a criatividade, a autora destaca que os usos dessas mídias são sempre criativos, não sendo algo estático e sem vida. A conversação permite a integração entre pessoas e o engajamento de maneira coletiva, por meio da cooperação e do compartilhamento de informações. A autora também enfatiza que os fluxos de informações múltiplos e diversos permeiam as estruturas sociais, gerando debates e discussões, capazes de despertar a mobilização social sobre determinado assunto que possa circular nesses espaços.

A cultura contemporânea, em seu cerne, fundamenta-se pelo crescente uso das tecnologias digitais existentes, possibilitando a manifestação de novas formas de agrupamentos sociais de forma espontânea nos ambientes virtuais, com práticas

culturais específicas que constituem a chamada cibercultura, que segundo Lévy (1999, p. 17) pode ser entendida como o “[...] conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atividades, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”. Nesta perspectiva, este tipo de cultura, se estabelece a partir da influência das inovações tecnológicas, do alcance proveniente da interoperabilidade no âmbito da *Web* e diz respeito aos novos comportamentos e formas de interação adotados pela sociedade, que vem ampliando as possibilidades de trocas de experiências, de informação e de manifestações, contribuindo para a expressão, comunicação e aprendizagem dos sujeitos que permeiam os espaços virtuais.

Lemos (2015, p. 90) define a cibercultura como:

[...] uma estética social alimentada pelo que se pode chamar de tecnologias do ciberespaço (redes informáticas, realidade virtual, multimídia). A cibercultura forma-se, precisamente, da convergência entre o social e o tecnológico, sendo através da inclusão da socialidade na prática diária da tecnologia que ela adquire seus contornos mais nítidos.

Ainda de acordo com Lemos (2015), a cibercultura vai se caracterizar pela formação de uma sociedade estruturada mediante uma conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, proporcionando a troca de informações sob as mais diversas formas, fomentando agregações sociais.

Dessa maneira, salienta-se que essa nova dinâmica, caracterizada pela cibercultura, ocasiona reestruturações e reconfigurações em diversos âmbitos sociais, tais como no informacional, cultural, político e econômico, na medida em que, com a emergência de novas formas de sociabilidade, suscitam diferentes possibilidades de interação entre os sujeitos e as estruturas sociais marcadas pela cultura digital. Lévy (1998, p.11) ainda nos alertou que o uso de novas tecnologias convergiria “[...] para a constituição de um novo meio de comunicação, de pensamento e de trabalho para as sociedades humanas”. Por sua vez, Castells (2016, p. 62) destaca que “[...] as redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por elas”. Ao refletir sobre as práticas sociais da atualidade, em que essas são permeadas pelo uso de dispositivos de comunicação da *Web*, associando as concepções de Lévy (1998) e de Castells (2016) acerca do crescente uso de canais de comunicação, percebe-se que, de fato, as mídias sociais estão entrelaçadas aos

mais diversos serviços e produtos consumidos pela sociedade.

As mídias sociais, nesse sentido, apresentam-se como ferramentas capazes de facilitarem e potencializarem os processos que tangem às ações de mediação da informação e da cultura. E o uso desses dispositivos deve ser considerado pelos equipamentos informacionais e culturais, que possuem em seu cerne o objetivo de auxiliar e fomentar o acesso, a disseminação e a apropriação de recursos e fontes informacionais e culturais, haja visto que tais tecnologias emergem como agregadoras na disponibilização de novos meios e recursos para a criação e acesso aos conteúdos e produtos informacionais e culturais, expandindo as possibilidades de expressões por parte dos indivíduos e da coletividade, potencializando as ações dialógicas e criativas, sendo fundamentadas pela interação e colaboração dos sujeitos.

Destarte, essas mídias sociais representam um ambiente propício à produção, acesso e disseminação de informações na rede de forma a facilitar, por exemplo, que as bibliotecas busquem, constantemente, entender e satisfazer as reais necessidades informacionais de seus usuários, obter sugestões de melhorias em seus serviços e produtos ofertados, poder alcançar públicos, indo além de suas limitações físicas nas ações que tangem aos processos de mediação da informação e da cultura. Por meio das mídias sociais, as bibliotecas podem compartilhar informações úteis e relevantes sobre os traços culturais característicos de determinados sujeitos, de maneira a transparecer os espaços sociais que esses estão inseridos, assim como informações pertinentes ao seu público, incluindo notícias, curiosidades, eventos culturais, entre outros.

Essas referidas mídias são ideais para a criação e compartilhamento de conteúdo multimídia, como fotos, vídeos, podcasts e infográficos. Esses formatos atraem a atenção dos usuários e ajudam a explicar conceitos ou conteúdos científicos de maneira mais clara e interessante. Além disso, esses espaços são excelentes para se conectar com especialistas em diversas áreas do conhecimento, promovendo diálogos que auxiliem na apropriação das informações dos sujeitos. Nessa perspectiva, as bibliotecas podem incentivar seus seguidores a compartilharem suas opiniões, experiências e dúvidas, haja vista que tais práticas viabilizam o processo dialógico e favorecem o alcance da alteridade.

Existe, atualmente, uma infinidade de mídias sociais disponíveis na *Web* que surgem a todo momento, mas, no entanto, o tempo de vida útil é muito variável, haja vista a obsolescência de algumas dessas mídias como o *Orkut*, que foi criado em 2004

e se encontra desativado desde setembro de 2014. No relatório elaborado pela *We are Social e Meltwater* [Digital 2023], que expõe as mais recentes percepções sobre o mundo digital, são elencadas as mídias sociais mais utilizadas no mundo na atualidade:

- 1º - *Facebook* (2,958 bilhões de usuários ativos mensais)
- 2º - *YouTube* (2,514 bilhões de usuários ativos mensais)
- 3º - *Whatsapp* (2,000 bilhões de usuários ativos mensais)
- 4º - *Instagram* (2,000 bilhões de usuários ativos mensais)

Fonte: Relatório Digital Global, 2023.

A seguir, serão apresentadas algumas dessas principais mídias sociais e suas funcionalidades que, também, podem ser utilizadas pelas unidades de informação em suas ações mediadoras e fizeram parte do universo de investigação da presente pesquisa.

O **Facebook** é a mídia social e/ou rede social virtual mais utilizada no mundo, atualmente. Criada em 2004, por Mark Zuckerberg e seus cofundadores Dustin Moskovitz, Chris Hughes e Eduardo Saverin (Carlson, 2010), esta mídia busca tornar as pessoas mais conectadas, tendo como missão dar a elas o poder de construir conexões e comunidades, aproximando o mundo. Este dispositivo de comunicação disponibiliza a seus usuários diversas funcionalidades, tais como publicar e republicar conteúdos (seja mensagem de texto, foto, vídeo, etc.), curtir páginas, participar de grupos, trocar mensagens (seja pelo *feed* de notícias ou *chat* privado), compartilhar, comentar, esboçar reações nas publicações, criar eventos, participar de fóruns de debates, realizar videochamadas ou transmissão *online*, dentre outros recursos (Torres, 2009). As pessoas, ao realizarem seus cadastros nesta plataforma, podem criar perfis, tanto pessoais/individuais quanto profissionais ou institucionais. Além dos perfis, existem as páginas ou *fanpages*, que podem ser criadas e administradas por qualquer pessoa que tenha uma conta criada, as quais podem servir para as empresas, marcas, organizações e instituições, como as bibliotecas, compartilharem informações e se conectarem com as pessoas ao redor do globo.

Margaix Arnal (2008) recomenda a presença de bibliotecas universitárias nesta plataforma por possuir um número considerável de membros, ter uma cultura universitária que possibilita a biblioteca encontrar mais facilmente seu espaço, estar aberta a novos usuários, por dispor de uma abundância de ferramentas e aplicativos, além de possibilitar o desenvolvimento de outros aplicativos que se ajustem às

necessidades desses espaços informacionais.

A segunda maior mídia social utilizada no mundo é o **YouTube**, um site de compartilhamento de vídeos *online* criado em 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. Esta plataforma permite a criação e o consumo de conteúdos em vídeo via *streaming* (uma forma de transmissão de conteúdo digital de maneira instantânea sem a necessidade de fazer *download*). Nesta grande rede colaborativa, os próprios usuários podem criar e compartilhar conteúdos através dos chamados canais (que nada mais é do que o próprio perfil ou conta criada dentro da plataforma), sendo possível realizar inscrições em outros canais de outros usuários, ativar as notificações para receber avisos sobre as postagens, deixar comentários e opiniões sobre os conteúdos postados, realizar transmissões *online*, dentre outras ações. (Torres, 2009).

Esta mídia possui uma série de serviços e ferramentas, tais como:

YouTube Live: ferramenta que permite realizar eventos ao vivo e transmiti-los em tempo real em um canal da mídia social;

YouTube Gaming: espaço dedicado aos *gamers*, com canais de *youtubers*, produtoras e *games*. Nele, todos os resultados das buscas são de conteúdos realmente ligados a jogos eletrônicos;

YouTube Shorts: plataforma de compartilhamento de vídeos de até 60 segundos de duração em formato vertical. É comumente conhecido como os *Reels* do *YouTube*;

YouTube Music: esse serviço de *streaming* de música absorveu o acervo do *YouTube*, além de oferecer *remixes*, versões alternativas, apresentações ao vivo, clipes e vídeos extraídos da plataforma;

YouTube TV: disponível apenas nos EUA, este serviço americano de *streaming* de televisão oferece TV ao vivo de mais de 85 redes de televisão;

YouTube Kids: de acordo com a plataforma, esse serviço foi criado para proporcionar às crianças um ambiente mais controlado que torna a exploração mais simples e divertida, além de facilitar a orientação dos pais e cuidadores à medida que descobrem novos e incríveis interesses ao longo do caminho;

Estúdio de criação: painel de gestão destinado aos criadores de conteúdo, onde é possível visualizar estatísticas do canal, filtrar comentários e aprender sobre novas técnicas para aprimorar o material produzido;

YouTube Premium: serviço de assinatura da mídia social, ele oferece acesso a diferentes conteúdos e recursos que não estão disponíveis para os usuários comuns

por um valor pago mensalmente. (Mlabs, 2022).

Paula Webb (2007) destaca algumas maneiras pelas quais essa ferramenta pode ser aplicada em uma biblioteca. De acordo com suas sugestões, o *YouTube* pode ser usado como um repositório de vídeos instrucionais, os quais poderiam ser, facilmente, acessados por meio de links incorporados aos sites das bibliotecas. Além disso, essa plataforma pode ser aproveitada como um meio de complementar os conteúdos dos acervos, integrando vídeos de fontes externas à biblioteca, ampliando assim as opções de conteúdos disponíveis.

Por estar voltada à comunicação audiovisual e ser de fácil acesso, o *YouTube* já vem sendo utilizado por indivíduos, das mais diversas áreas do conhecimento, como meio de disseminação da informação e da cultura. Seu uso foi intensificado nos últimos anos, principalmente, devido ao isolamento social imposto pela Covid-19, com as transmissões de *lives* que versam sobre uma infinidade de assuntos. Conforme expõe Dal Pian (2015, p. 6),

[...] um dos grandes benefícios proporcionados pelo *YouTube* é o compartilhamento de informações úteis à construção coletiva do conhecimento, fazendo uso das diversas ferramentas típicas das plataformas e linguagens do audiovisual. Estudiosos, pesquisadores, intelectuais, educadores e demais especialistas em diferentes áreas do saber passaram a se utilizar dos recursos e técnicas de captação e edição de vídeos para produzir, compartilhar e dialogar com outros usuários da rede acerca de diferentes temas filosóficos, científicos e tecnológicos.

Os dispositivos de informação e comunicação da *Web* também contribuem, expressivamente, para que as organizações, grupos ou temas específicos conquistem espaços públicos favoráveis à interação e ao debate, através da disseminação de conteúdos que possuem sua relevância social, política e cultural. Para Ribeiro (2013, p. 143), “a emergência das redes e mídias sociais está construindo uma nova esfera pública para a disseminação do conhecimento a respeito de uma organização”. Nesse sentido, as organizações, a exemplo das bibliotecas, podem se utilizar desses recursos de comunicação, presentes no ciberespaço, para promoverem seus serviços e produtos, assim como disseminarem informações e expressões culturais de maneira a aproximar seus usuários, fomentando uma cultura mais participativa e colaborativa.

Outra mídia social que vem ganhando destaque no cotidiano dos internautas é o *Instagram*, uma rede social *online* de compartilhamento de fotos e vídeos de curta duração. Criado em 2010, por Kevin Systrom e Mike Krieger, este dispositivo se

fundamenta em ter amigos ou seguir e ser seguido por pessoas ou instituições com o intuito de acompanhar as atualizações dos demais usuários. Nessa mídia, é possível comentar, curtir e salvar as publicações, trocar mensagens por meio do *Direct* (bate-papo *online* e privado), fazer uso das *hashtags*, que são palavras-chave usadas seguidamente do símbolo (#) e funcionam como marcadores de assuntos para posteriores recuperações ou buscas, marcar pessoas e localizações, adicionar músicas nas postagens, aplicar filtros nas imagens, etc. (Piza, 2012).

O *Instagram* também apresenta uma série de funcionalidades e recursos interessantes que foram implementados ao longo de sua existência e aprimoram as experiências de seus usuários. Dentre esses recursos, podemos citar o *Instagram Stories*, o Vídeo ao Vivo e o *Instagram Reels*. No *Instagram Stories*, é possível o compartilhamento em tempo real de imagens e vídeos que desaparecem depois de 24 horas, além da inclusão de *emojis*, figuras, músicas e manuscritos, determinar a privacidade de visualização das histórias, ter acesso a quem visualizou, dentre outras funcionalidades. Com o Vídeo ao Vivo, os usuários podem realizar transmissões em tempo real através da câmera do aplicativo. Já no *Instagram Reels*, é possível gravar vídeos ou publicar algum já pronto de até 90 segundos (funcionalidade semelhante ao *TikTok*- outra mídia social de vídeos) com inclusão de efeitos e montagens com outros vídeos.

São inúmeras as possibilidades de mediação da informação e da cultura que podem ser realizadas pelas unidades de informação com uso dessa mídia social, que vem, cada vez mais, se popularizando no ciberespaço. Devido ao seu formato mais dinâmico, ela permite criar uma relação mais intimista com os usuários. É possível, por exemplo, mostrar o que está acontecendo, basicamente, em tempo real, para que as pessoas se sintam parte do dia a dia desses ambientes informacionais. Podem compartilhar informações pertinentes com sua comunidade, promover *webinars* acessíveis e exclusivas aos seus seguidores, contribuindo na educação deles, além de servir como ferramenta de aproximação entre esses espaços e seu público que almeja por informação e cultura.

Desta forma, frente às diversas transformações tecnológicas e comportamentais dos sujeitos na contemporaneidade, cabe às instituições que lidam diretamente com a informação e com a cultura, como as bibliotecas, buscarem o aperfeiçoamento de suas funções intrínsecas, considerando que o acesso à informação e o relacionamento com seu público vem sendo substancialmente

afetados pelos novos recursos de comunicação e colaboração. Os ambientes digitais apresentam-se enquanto espaços importantes na produção, circulação e recuperação de recursos informacionais, constituindo-se em meios mais práticos e eficientes pelos quais os sujeitos, atualmente, recorrem na busca por satisfazerem suas necessidades e anseios informacionais. Enfatiza-se, pois, que a dimensão tecnológica vem assumindo uma posição preponderante nos processos sociais, informacionais e culturais.

Vale ressaltar que o uso das mídias sociais pelas unidades de informação demanda estratégias e dinâmicas específicas que necessitam de planejamentos e articulações para conseguirem alcançar os objetivos propostos com a sua utilização, a fim de que, por exemplo, formem públicos/interagentes com habilidades críticas de informação no contexto da cibercultura interativa, possam possibilitar aos sujeitos o acesso aos conteúdos informacionais e possibilidades de expressões culturais na *Web* com equidade e respeito à alteridade, assim como proporcionar a participação política e cultural nas redes, com base na difusão da informação, da cultura e do conhecimento socialmente produzido. Reitera-se com isso, a relevância de agentes mediadores ao criarem perfis das bibliotecas nas mídias sociais, possam produzir e disseminar conteúdos atentos às dimensões da mediação da informação e, com isso, estabelecerem espaços pautados em processos dialógicos que favoreçam a formação dos sujeitos quanto a ampliação do repertório informacional e cultural dos mesmos.

4 USOS E USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO DAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

Os estudos de uso e usuários da informação constituem-se de um campo de pesquisa com larga tradição na Ciência da Informação e na Biblioteconomia, que remontam, historicamente, aos estudos de usuários em bibliotecas, na década de 1930, nos Estados Unidos, e aos estudos de uso da informação por pesquisadores no contexto da comunicação científica a partir da década de 1940, em alguns países como na Inglaterra, nos Estados Unidos e na antiga União Soviética (Araújo, 2016). As primeiras pesquisas tinham como propósito, conhecer os hábitos de leitura e o uso que as pessoas faziam das bibliotecas, a fim de que fosse possível adequar as coleções e os serviços ofertados por essas unidades de informação.

Posteriormente, observam-se mudanças gradativas nas investigações, a exemplo da ampliação das áreas de conhecimento que se tornam objetos de estudos, uso de abordagens diversas (a exemplo da inclusão das pesquisas qualitativas), diferentes suportes de informação (CD-ROM, periódicos eletrônicos), como também novos meios de comunicação (redes sociais, Internet, dispositivos móveis), além do refinamento das definições por meio de classificações e tipologias de usuários da informação (Cunha; Amaral; Dantas, 2015).

Diante disto, verifica-se, na literatura, que tais estudos vêm se desenvolvendo por meio de diferentes objetos empíricos, teorias, modelos, métodos e abordagens. Para Araújo (2021), é possível agrupar toda essa diversidade em três grandes blocos de pesquisas: os estudos de uso da informação, os estudos de comportamento informacional e os estudos em práticas informacionais. Os estudos de uso, que surgiram primeiro, desenvolvem-se no sentido de permitirem o estudo e a pesquisa de determinados aspectos da realidade (a exemplo da caracterização sociodemográfica dos usuários, características do acesso às fontes de informação, indicadores de barreiras e satisfação, etc.), de forma a possibilitar o levantamento de dados úteis para o diagnóstico dos sistemas e serviços de informação (Araújo, 2016). Esses estudos foram classificados, na literatura, como sendo de “abordagem tradicional”.

Os estudos de comportamento informacional, que surgiram posteriormente e foram classificados como sendo de “abordagem alternativa”, representaram uma mudança de perspectiva, visto que a centralidade das preocupações iniciais estava

voltada aos sistemas de informação, passando a dar enfoque, a partir deste momento, aos usuários da informação. Destacam-se, neste cenário, os modelos e as teorias de natureza cognitivista, que consideram o caráter ativo dos usuários, entendem a informação como algo construído, que adotam uma abordagem holística e tendem a utilizar metodologias qualitativas - a exemplo dos modelos “valor agregado” de Robert Taylor (1986), “estado anômalo de conhecimento” de Belkin (1980), “*Sense-Making*” ou “construção de sentido” de Berna Dervin (1998), “comportamento informacional” de Thomas Wilson (1981, 2000), dentre outros.

Os estudos em práticas informacionais, que surgiram a partir dessas evoluções conceituais e paradigmáticas e vem sendo classificados como uma “abordagem interacionista”, buscam considerar os aspectos sociais e contextuais dos usuários da informação que são estudados, destacando que tais sujeitos assumem posições distintas conforme seu contexto e inserção social, de maneira a interferir, também, na coletividade (Araújo, 2016).

Por meio desses estudos que são realizados, os profissionais da informação obtêm elementos que auxiliam na identificação dos perfis dos usuários e/ou de suas comunidades, assim como de suas necessidades informacionais, sendo possível, neste sentido, traçar, por exemplo, planejamentos para tomada de decisões de forma a considerar os diversos recursos existentes. Figueiredo (1994, p. 7) define os estudos de usuário como

[...] investigações que se fazem para saber o que os indivíduos precisam em matéria de informação, ou então, para saber se as necessidades de informação por parte dos usuários de uma biblioteca ou de um centro de informação estão sendo satisfeitas de maneira adequada.

A autora, também, enfatiza que

O estudo da comunidade é básico para a administração da biblioteca pois, como qualquer organização, a biblioteca existe para realizar funções específicas, as quais foram suficientemente valiosas, na época do seu início de funcionamento, para justificar a sua criação, e que, supostamente, continuam a motivar a sobrevivência e o crescimento da biblioteca (Figueiredo, 1994, p. 65).

A partir dos estudos de uso e usuários da informação, são coletados dados e informações sobre os produtos e serviços prestados, assim como dados e informações sobre os próprios sujeitos informacionais, sendo possível determinar, por exemplo, a qualidade e o grau de satisfação dos usuários, avaliando a necessidade

ou não de mudanças, ou adaptações requeridas. Dias e Pires (2004, p. 12) alargam o entendimento sobre os estudos de usuários, ao destacarem que eles visam “[...] compreender o comportamento dos usuários quanto ao uso da informação [...], controlar o fenômeno e aperfeiçoar o uso da informação oferecendo condições essenciais, identificar as relações causais entre o uso da informação e outros aspectos associados [...]”. Desta maneira, as unidades de informação podem conhecer as reais demandas e necessidades de informação dos seus usuários quando se utilizam de técnicas e procedimentos metodológicos com o intuito de compreender os comportamentos de busca e uso da informação.

Dentre os inúmeros motivos que justificam a realização desses estudos pelas unidades de informação, Dias e Pires (2004, p. 13) destacam os seguintes:

- O usuário deve ser visto como razão fundamental dos serviços de informação;
- Subsidiar o processo de planejamento e avaliação de sistemas de informação e a elaboração de relatórios e projetos;
- Verificar a satisfação das necessidades dos usuários por parte dos serviços de informação;
- Conhecer a natureza e o conteúdo da informação necessitada (variável e complexa; diferem na essência bem como na forma);
- Para planejar adequadamente o desenvolvimento de coleções e o compartilhamento de recursos informacionais;
- Dimensionar a demanda futura para diminuir o nível de incerteza bibliográfica no momento da seleção do material.

Os estudos de uso e usuários da informação são, especialmente, importantes no contexto das bibliotecas universitárias, pois estes ambientes são responsáveis por fornecerem acesso a informações acadêmicas e científicas para sua comunidade, possibilitando o suporte necessário para o ensino, a pesquisa, a extensão e a inovação nas universidades. Pautadas na satisfação das necessidades informacionais, principalmente, da comunidade acadêmica, seus agentes mediadores, conscientes do papel que exercem no desenvolvimento científico e social, precisam prezar pela excelência e qualidade em seus produtos e serviços prestados, visando o aprimoramento contínuo e a garantia de facilidades de acesso para os usuários na busca por informação.

As bibliotecas universitárias, de acordo com Cunha (2010), constituem-se de organizações complexas que possuem múltiplas funções e vários procedimentos, produtos e serviços que ao longo das décadas foram sendo desenvolvidos, tendo como propósito fundamental proporcionar acesso ao conhecimento de maneira a

permitir que seus usuários (estudantes, professores, pesquisadores e técnicos) possam realizar suas aprendizagens ao longo da vida acadêmica. E uma vez que estas bibliotecas estão inseridas em um contexto de mudanças constantes, enfatiza-se a exigência de adequações, por parte dos profissionais da informação, em suas formas de agir, divulgar, apresentar e compartilhar produtos e serviços oferecidos.

É nesse sentido, que os estudos de usuários se apresentam enquanto recursos importantes e essenciais para a tomada de decisões no âmbito das bibliotecas universitárias, oferecendo sustentação teórica, metodológica e pragmática nas investigações que buscam identificar e conhecer na comunidade as necessidades, anseios e possíveis mudanças e aprimoramento, no que tange aos aspectos relacionados aos usos e apropriações de informações. Nesta perspectiva, o potencial das bibliotecas universitárias e a sua relevância nos processos de ensino-aprendizagem são destacados por Caregnato (2000), ao afirmar que as

Bibliotecas acadêmicas desempenham um papel central no processo educacional; além de apoiar a pesquisa, o ensino e o aprendizado através da provisão do acesso à informação, elas também **devem oferecer serviços voltados para o aprendizado de métodos e técnicas de busca e uso da informação e exploração dos recursos informacionais**, tanto para atividades relacionadas ao curso imediato de estudo quanto para as necessidades da vida profissional futura (Caregnato, 2000, p. 48, grifo nosso).

Desta forma, as bibliotecas universitárias se constituem como ambientes ideais para a troca de experiências e saberes, visto que buscam auxiliar os sujeitos no desenvolvimento e na expansão de seus conhecimentos, habilidades e atitudes referentes à própria informação, de maneira a orientá-los a saber pesquisar, definir caminhos de busca, localizar, selecionar, organizar informações, avaliá-las e explorar os diversos recursos disponíveis (Santos; Freitas; Gomes, 2018).

Com o objetivo de que essas bibliotecas alcancem com êxito o cumprimento de suas funções, enquanto colaboradoras nos processos de ensino-aprendizagem, tornar-se imprescindível que elas produzam e disseminem, com sua comunidade, ações que visem o favorecimento do acesso, da busca e da utilização de seus dispositivos informacionais. Tais ações precisam ser desenvolvidas considerando, sobretudo, os usuários e suas necessidades informacionais.

Os estudos de uso e usuários da informação, em bibliotecas universitárias, são necessários para compreender como os sujeitos interagem com os recursos e serviços oferecidos por esses ambientes informacionais e assim, melhorar a eficácia

dessas instituições. Esses estudos, ao identificarem as necessidades e expectativas dos usuários, avaliam a qualidade dos serviços e entendem como os sujeitos buscam e acessam informações, contribuem, significativamente, na identificação das possíveis barreiras no uso desses espaços e no desenvolvimento de estratégias para melhorar a experiência dos usuários nos diversos dispositivos informacionais.

Os resultados desses estudos podem ser utilizados para guiar decisões importantes dentro dessas instituições, como a alocação de recursos, investimentos em tecnologia, reorganização do espaço físico da biblioteca e a oferta de novos serviços e programas educacionais. Além disso, tais estudos, também, podem auxiliar a biblioteca universitária a se comunicar melhor com seus usuários e a promover sua relevância para a comunidade acadêmica em geral. Ainda nesta perspectiva, Silva (2016, p. 1) expõe que:

Com estudo de usuários é possível perceber deficiências e perspectivas do ambiente de informação, assim como estabelecer um olhar mais amplo sobre a comunidade a fim de otimizar melhores serviços e, principalmente, de estreitar parcerias com a própria comunidade a fim de dinamizar as práticas informacionais do ambiente de informação que pode envolver contribuição dos sujeitos na realização dos serviços, captação de recursos humanos e financeiros com organizações e sujeitos externos ao ambiente de informação promovendo relativa sustentabilidade diante da organização em que está inserida.

Compreende-se, desta maneira, que são vários os benefícios gerados pelos estudos de uso e usuários da informação, quando adotados de maneira eficiente e eficaz. De acordo com Figueiredo (1994, p. 26), inicialmente, os estudos de usuários já apontavam algumas considerações generalizadas relevantes, tais como:

- Acessibilidade e facilidade do uso são os fatores mais determinantes para a utilização ou não de um serviço de informação; o canal mais acessível, embora não o melhor, é escolhido primeiro e assim, considerações sobre qualidade e confiabilidade são secundárias. Por outro lado, a percepção da acessibilidade da informação por parte do usuário, é influenciada pela experiência pessoal, ou seja, quanto mais experiência no uso de um canal, mais ele se torna acessível para o usuário;
- Muitos profissionais sentem existir um volume excessivo de informação, isto é, existe na realidade mais informação do que a desejada. Nesse caso o que é solicitado então é que haja seletividade por parte do sistema de informação. Esta seletividade é caracterizada pela produção de revisões críticas da literatura e por avaliação e síntese da informação adequada, em áreas especializadas de assunto;
- Há necessidade de que a informação fornecida seja corrente, especialmente na área das ciências. Os serviços de informação

precisam assim disseminar de maneira mais rápida e eficiente os resultados de pesquisas científicas;

- Os canais informais de comunicação são considerados mais importantes do que os canais formais para satisfazer muitos tipos de necessidades de informação.
- A educação do usuário ou de usuários em potencial é uma área negligenciada;
- A falta de promoção ou de marketing adequado para os produtos elaborados pelos serviços de informação é outro problema relacionado com a negligência na educação do usuário.

Essas constatações, apontadas por Figueiredo (1994), demonstram que tais estudos permitem o estabelecimento de práticas que favoreçam o maior envolvimento e satisfação dos usuários na ambiência informacional. Lancaster (1996) também relata observações importantes para planejadores e administradores de sistemas de informação e que são resultantes de estudos de usuários:

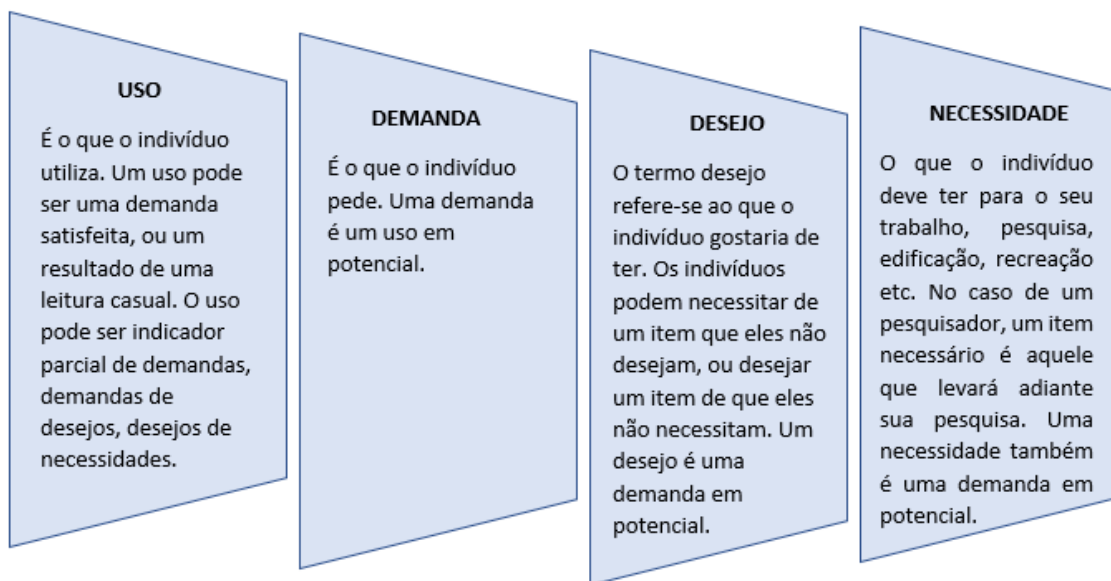
- Os cientistas já possuem hábitos característicos para buscar informação e é necessário que os sistemas se adaptem a esses hábitos e não tentem forçar ou vice-versa;
- Diferentes usuários em potencial têm necessidades diferentes de informação e as necessidades de um mesmo indivíduo podem sofrer grande variação com o tempo; este tipo de problemas foi clara e amplamente demonstrado nos estudos de relevância/pertinência;
- De maneira semelhante, a utilidade de um documento é relativa não somente à combinação do assunto deste documento com os interesses do usuário, mas são importantes também as variáveis de nível, língua, formato da informação;
- Deve haver um acompanhamento ou a possibilidade de o sistema de informação propiciar a acessibilidade ao documento, isto é, obter a cópia desejada, e não somente fornecer a referência bibliográfica e deixar ao usuário o problema da localização do documento;
- É necessário que o usuário tenha confiança no serviço de informação; para que isto seja alcançado, é necessário que haja continuidade na prestação de serviços e que o pessoal tenha capacidade para dialogar inteligentemente com o usuário;
- Existe evidência de que muitos indivíduos não reconhecem ter necessidade de informação e se reconhecem isto, podem não ter, contudo, capacidade de converter ou traduzir esta necessidade em demanda a um serviço de informação.

Com base no exposto pelo autor, fica evidente a importância do profissional da informação considerar as nuances que caracterizam seus usuários, portanto, trata-se de um trabalho investigativo, que irá apontar dados capazes de revelar hábitos dos sujeitos na busca de informações, apontar se os sistemas de informação adotados têm acompanhado o comportamento informacional dos sujeitos, levantar o nível de satisfação e segurança por parte dos usuários ao acessarem os dispositivos

informacionais, entre outros dados. Nessa conjuntura, percebe-se que estudos que visam analisar as necessidades e satisfações de usuários, possibilitam subsídios norteadores para atuação dos profissionais da informação.

Alguns autores como Line (1974) buscaram definir termos relevantes como “uso”, “desejo”, “necessidade” e “demanda” (conforme apresentado na figura abaixo) para um melhor embasamento teórico na área de estudo de uso e usuários da informação:

Figura 2- Definições de Line



Fonte: Adaptado de Line (1974).

Em relação às necessidades de informação, os estudos de uso e usuários visam verificar como as pessoas identificam suas necessidades informacionais e quais os recursos elas utilizam para atendê-las ou satisfazê-las. Com base nessas informações, é possível desenvolver serviços e recursos que atendam às necessidades e às expectativas dos usuários. Por exemplo, as bibliotecas universitárias podem avaliar a demanda por recursos em determinadas áreas do conhecimento e adquirir novos materiais ou utilizar novos canais de comunicação que atendam a essa demanda de maneira eficaz.

Já em relação ao uso da informação e ao comportamento de busca por informação, esses estudos buscam identificar as estratégias utilizadas pelas pessoas para buscar informações, os obstáculos que enfrentam durante o processo, assim

como identificar a maneira como os sujeitos utilizam a informação que encontram e como ela influencia suas decisões e comportamentos. Sustentadas por essas informações, as bibliotecas universitárias podem criar, por exemplo, tutoriais e guias de pesquisas para orientarem os usuários na busca por informações acadêmicas e científicas, além de poderem avaliar, também, o uso de bases de dados e periódicos eletrônicos para verificar quais recursos são mais relevantes para sua comunidade, dentre outros usos.

O uso das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias também pode ser avaliado por meio dos estudos de usuários, tendo como propósito entender como os sujeitos informacionais utilizam tais plataformas de comunicação da *Web* e como essas bibliotecas podem integrar essas mídias em seus serviços e produtos para atender às necessidades dos usuários. Esses espaços configuram-se como ambientes favoráveis para as bibliotecas se conectarem com seu público e fornecerem informações e serviços relevantes, promovendo seus recursos e eventos, compartilhando notícias e atualizações pertinentes, bem como recebendo *feedback* que auxiliem em sua melhoria.

Considera-se essencial, neste cenário, viabilizar práticas de mediação que busquem orientar os usuários de como conduzir suas pesquisas, como selecionar informações relevantes e confiáveis, aproximar seu público a obras literárias, científicas e artísticas, dentre outros auxílios, que impõem ao bibliotecário de referência, não somente a função de orientador, mas, também, de educador no aperfeiçoamento da visão crítica e reflexiva dos sujeitos.

As bibliotecas universitárias devem extrapolar seus limites físicos e buscarem, no meio virtual, mecanismos para afiliação institucional dos usuários da informação, para além de auxiliá-los na busca, no acesso, no uso e na apropriação de conteúdos que sejam de seu interesse, contribuindo para o próprio desenvolvimento acadêmico de sua comunidade. Milanesi (2002, p. 7) ainda destaca que:

Um dos grandes desafios da educação e da universidade [envolvendo docentes e bibliotecários] está em ensinar o educando a localizar, interpretar e reagir às informações disponibilizadas em inúmeros bancos de dados através de múltiplos canais de acesso, desenvolvendo o aprendizado da pesquisa, da capacidade analítica, interpretativa e criativa, da habilidade em problematizar os objetos de investigação, construir síntese de elementos relevantes aos propósitos almejados, posicionar-se eticamente frente aos conflitos humanos, comunicar o conhecimento e transformar suas próprias ações [...].

Entende-se que, para que ocorra uma atuação eficiente das bibliotecas no uso de tecnologias, os profissionais da informação necessitam de conhecimentos (ressalta-se aqui a educação continuada), habilidades e atitudes que vão além do seu usual fazer biblioteconômico. Destaca-se, neste contexto, os serviços de referências digitais ou virtuais, que visam atender os usuários remotos, de forma efetiva, utilizando a Internet para oferecerem informações institucionais, estabelecerem uma comunicação mais direta com seus usuários, servirem como portal para outras fontes de informação de seus interesses, atraindo maior número de usuários e recuperando informações em menor tempo, dentre outros (Moreno, 2005).

O serviço de referência em bibliotecas é uma importante função desempenhada por bibliotecários e outros profissionais da informação e pode estar alinhada aos estudos de uso e usuários da informação. Essa função envolve ajudar os usuários a encontrarem informações relevantes para suas necessidades de pesquisa, respondendo a perguntas e oferecendo orientação sobre como acessar e utilizar os recursos da biblioteca ou outros recursos informacionais. Os bibliotecários de referência, também, podem oferecer serviços de pesquisa personalizados para ajudar os usuários a encontrarem informações específicas sobre um determinado tópico ou projeto de pesquisa. Isso pode envolver a identificação de fontes relevantes, como livros, artigos de revistas, bases de dados *online* e outras fontes de informação. Assim, o serviço de referência é compreendido como uma atividade de mediação direta da informação (Almeida Júnior, 2015), na qual o profissional da informação tem o contato direto com o sujeito informacional, seja física ou digitalmente.

Conforme afirma Figueiredo (1994, p. 40), “[...] no que diz respeito aos estudos de usuários [...] guiam a política de seleção de uma biblioteca [...] apontam as diretrizes para o serviço de referência e de disseminação da informação sob todas as formas”. Evidencia-se, desta forma, a importância e a necessidade de eficazes estudos de uso e usuários para identificação e conhecimento de reais demandas e necessidades informacionais na busca de satisfazer, eficientemente, tais expectativas em uma unidade de informação, a exemplo das bibliotecas universitárias, de maneira a traçar caminhos para a realização de serviços de referência e informação. Além disso, com esses tipos de estudos, pode-se avaliar a eficácia desses serviços, ou seja, com avaliação constante desses serviços, é possível identificar, por exemplo, pontos fortes e pontos fracos, bem como oportunidades de melhorias nas atividades

desempenhadas pelas unidades de informação.

Existem diversas formas de oferecer o serviço de referência em bibliotecas. Uma delas é o atendimento virtual aos usuários de forma remota, por meio de tecnologias como *e-mail*, *chat*, videoconferência ou mídias sociais. Esse tipo de atendimento tem ganhado cada vez mais importância, especialmente em tempos de distanciamento social, em que muitos usuários não podem ou não querem se deslocar até a biblioteca para obter ajuda. De acordo com Accart (2012, p. 181),

A definição proposta para o serviço de referência virtual é a seguinte: oferece um ponto de acesso único em linha que o usuário pode identificar imediatamente, ao qual ele apresenta uma solicitação, entregue aos cuidados de profissionais qualificados, solicitação esta que enseja uma resposta rápida, pertinente e de qualidade.

Desta maneira, observa-se que uma das principais vantagens do serviço de referência virtual é a sua conveniência e acessibilidade. Os usuários podem fazer perguntas a qualquer momento, de qualquer lugar, e receber respostas em um curto espaço de tempo. Além disso, o serviço de referência virtual é, muitas vezes, mais confortável para os usuários que podem ter dificuldade em fazer perguntas pessoalmente, como aqueles que têm problemas de mobilidade ou que se sentem mais confortáveis em se comunicar de forma escrita.

Nesta perspectiva, o serviço de referência virtual é uma forma prática e conveniente de ajudar os usuários de bibliotecas a obterem as informações de que precisam. Ao oferecer um atendimento de qualidade, com respostas precisas e fontes confiáveis, os bibliotecários podem ajudar a promover a competência em informação e tornar a biblioteca um recurso valioso para sua comunidade. Alinhados aos estudos de uso e usuários, esses serviços possibilitam o atendimento às reais necessidades e expectativas dos sujeitos informacionais, de forma efetiva e eficiente, ajudando a promover o sucesso acadêmico, profissional e pessoal deles.

Dessa forma, entende-se que, seja no desenvolvimento de estudos de usuário ou na atuação do serviço de referência, o profissional da informação deve agir de maneira consciente, percebendo essas atividades como mediadoras, em que ambas visam a apropriação da informação pelos usuários. Considerando a ambiência da biblioteca universitária, esse agir consciente garantirá que as ações dos bibliotecários estejam, organicamente, alinhadas às demandas dos usuários, compreendendo que tais necessidades perpassam os conteúdos acadêmicos e científicos, alcançando as

individualidades dos sujeitos informacionais, possibilitando que esses se sintam representados nos dispositivos informacionais oferecidos e disseminados pelas bibliotecas.

Vale ressaltar que diante das reflexões que abordam os conceitos de “usuários da informação” e “sujeitos informacionais”, a presente pesquisa buscou adotar o conceito de “sujeitos informacionais”, visto que as análises suscitadas, nesta investigação, buscaram observar, para além das ações desses indivíduos, aspectos que caracterizam e revelam os diversos contextos (cultural, educacional, social, político, etc.) em que eles estão inseridos e envolvidos.

Diante do exposto e com o propósito de responder à pergunta norteadora, assim como alcançar os objetivos propostos nesta pesquisa, na próxima seção, são apresentados os métodos utilizados e as técnicas adotadas na investigação, a partir de um delineamento metodológico.

5 A TRAJETÓRIA METODOLÓGICA

O desenvolvimento de uma pesquisa científica requer a adoção de métodos e técnicas que caracterizem metodologicamente a investigação. Para tanto, a escolha de um certo conjunto de métodos deve estar alinhada aos objetivos propostos na pesquisa. Marconi e Lakatos (2010, p. 65) definem o método como “[...] o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros -, traçando o caminho a ser seguido [...]”. Dessa maneira, este capítulo apresenta os métodos e técnicas que subsidiaram o alcance dos objetivos propostos neste estudo.

A **questão norteadora** da presente pesquisa, que resultou do problema de investigação, buscou saber: como as bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro estão utilizando as mídias sociais para mediar a informação e a cultura com seu público? Entende-se, nesta pesquisa, que os dispositivos informacionais podem transparecer indícios da constituição identitária e cultural do contexto social em que essas bibliotecas estão inseridas. A partir da análise da problemática apresentada, inicia-se esta pesquisa com o pressuposto de que as bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro ainda se apresentam tímidas no uso das mídias sociais de forma a potencializar os processos de mediação da informação e mediação da cultura, além de não estarem atentas às possíveis dimensões que perpassam esses processos de interferências realizados pelos profissionais da informação.

Com o propósito de responder a essa questão norteadora, buscando comprovar ou refutar o que, inicialmente, se pressupõe, este estudo teve como **objetivo geral**: averiguar como as bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro estão fazendo uso das mídias sociais para mediação da informação e mediação cultural com sua comunidade usuária. Assim, para alcançar este objetivo, foram elaborados os seguintes **objetivos específicos** apresentados no Quadro 2 com suas respectivas técnicas, instrumentos e fontes de coleta de dados:

Quadro 2- Técnicas, instrumentos e fontes de coleta dos dados por objetivos traçados na pesquisa

OBJETIVO	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	FONTE DE COLETA DE DADOS
a) Identificar os dispositivos	Observação direta	Formulário	Mídias sociais dos SIBIs e/ou das

utilizados e as atividades desenvolvidas pelas bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro no âmbito das mídias sociais	e análise de conteúdo		bibliotecas centrais das Universidades Federais do Nordeste
b) Descrever ações de mediação da informação e da cultura que revelam os aspectos socioculturais que permeiam o contexto em que as bibliotecas estão situadas	Observação direta	Formulário	Mídias sociais dos SIBIs e/ou das bibliotecas centrais das Universidades Federais do Nordeste
c) Investigar o alcance das dimensões da mediação da informação nas atividades desenvolvidas pelas referidas bibliotecas, a partir das mídias sociais.	Observação direta e aplicação de questionário	Formulário e Questionário	Mídias sociais dos SIBIs e/ou das bibliotecas centrais das Universidades Federais do Nordeste e coordenadores dos SIBIs

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Com a finalidade de alcançar esses propósitos, desenvolveu-se o delineamento da pesquisa com a descrição do método e técnicas adotadas, a definição do universo e os critérios de seleção da amostra, assim como os instrumentos de coleta de dados, os procedimentos de coleta e tratamento das informações obtidas para o desenvolvimento deste estudo.

5.1 Caracterização e delineamento da pesquisa

Em relação ao nível de investigação, a presente pesquisa caracteriza-se quanto ao seu objetivo como descritiva que tem, segundo Gil (2002, p. 42), “[...] como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.” Além disso, o autor ressalta que esse tipo de pesquisa é, habitualmente, realizado por pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática. Ratificando esta

proposição, Selltitz, Wrightsman e Cook (1965) afirmam que a pesquisa descritiva procura descrever um fenômeno ou situação em detalhe, especialmente o que está ocorrendo, permitindo abranger, com exatidão, as características de um indivíduo, uma situação, ou um grupo, bem como desvendar a relação entre os eventos. Para Triviños (1987, p. 110), “[...] o estudo descritivo pretende descrever ‘com exatidão’ os fatos e fenômenos de determinada realidade [...]”, de modo que o estudo descritivo é utilizado quando a intenção do pesquisador é conhecer determinada comunidade, suas características, valores e problemas relacionados à cultura.

Quanto ao método de procedimentos e/ou à escolha do objeto de estudo, essa pesquisa caracteriza-se como um estudo de casos múltiplos, em que se busca descrever e analisar o uso das mídias sociais como possibilidade de recursos para que ocorra a mediação da informação e mediação da cultura em determinadas unidades informacionais, que neste estudo, em específico, teve a atenção voltada para as bibliotecas universitárias federais da região Nordeste do Brasil. O fundamento lógico de utilização do método de estudo de casos múltiplos, conforme aponta Yin (2001), diz respeito à lógica de replicação e não da amostragem, isto é, não enseja uma generalização dos resultados obtidos nas pesquisas para toda a população investigada, e sim a possibilidade de previsão de resultados semelhantes (uma replicação literal) ou produção de resultados contrastantes apenas por razões previsíveis (uma replicação teórica), de forma semelhante ao método de experimentos clínicos.

Além disso, o levantamento da pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental foram outros métodos necessários e utilizados para evidenciar o embasamento teórico do presente estudo, assim como para sustentar as ideias apresentadas nos resultados e discussões desta pesquisa em tela.

A pesquisa documental, segundo Gil (2002), assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica e a principal diferença entre ambas está na natureza das fontes: enquanto a bibliográfica se utiliza, fundamentalmente, das contribuições dos diversos autores sobre determinado tema (como livros e artigos científicos), a pesquisa documental vale-se de materiais que ainda não receberam um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos de pesquisa (como tabelas, relatórios, fotografias, vídeos, documentos oficiais, etc.). Diante disso, a presente pesquisa se configura também como documental, posto que foram analisados

documentos (postagens/publicações) disseminado(a)s pelas mídias sociais das bibliotecas universitárias federais brasileiras analisadas.

Nesta investigação, buscou-se realizar uma análise do uso das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias federais brasileiras, enquanto prática que favorece as atividades de mediação da informação e mediação da cultura no ciberespaço. E para retratar esse comportamento, fez-se necessário o uso de técnicas de pesquisa, tanto qualitativa quanto quantitativa. Portanto, na perspectiva da abordagem do problema ou da natureza de pesquisa, trata-se de uma pesquisa quali-quantitativa.

A pesquisa quantitativa, de acordo com Richardson (1999, p. 70), “[...] caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coletas de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas.” Esse tipo de abordagem foi importante para que fosse possível quantificar o uso das mídias sociais pelas bibliotecas que foram investigadas, assim como os dispositivos digitais de comunicação utilizados por essas unidades informacionais.

Por outro lado, também se optou por uma abordagem qualitativa para realizar uma análise mais aprofundada dos aspectos mais subjetivos envolvidos nas ações observadas nesta pesquisa. Conforme corrobora Gil (1999), o uso dessa abordagem propicia o aprofundamento da investigação das questões relacionadas ao fenômeno em estudo e das suas relações, mediante a máxima valorização do contato direto com a situação estudada, buscando-se o que era comum, mas permanecendo, entretanto, aberta para perceber a individualidade e os significados múltiplos. A partir desse tipo de abordagem, foi possível observar e descrever as ações de mediação realizadas no âmbito das mídias sociais, assim como investigar o alcance das dimensões da mediação da informação nessas ações realizadas pelas bibliotecas analisadas.

5.2 Etapas para coleta de dados

Para lograr êxito na investigação e alcançar os objetivos propostos, optou-se por estabelecer etapas. Desta forma, este estudo foi estruturado em três etapas que serão descritas nas subseções apresentadas a seguir.

5.2.1 Primeira etapa: levantamento das bibliotecas e definição da amostra

A primeira etapa consistiu no levantamento das universidades federais existentes no Nordeste brasileiro e de informações sobre as bibliotecas desses espaços, tais como a quantidade em cada universidade e a existência de um sistema

de bibliotecas já consolidado entre elas. Para isso foi, inicialmente, utilizada a técnica de observação sistemática nos sites institucionais das universidades federais da referida região.

A observação sistemática, de acordo com Marconi e Lakatos (2010), é uma técnica de coleta de dados de forma estruturada, controlada, planejada e realizada em condições para responder a propósitos preestabelecidos. Neste sentido, a busca por informações sobre as bibliotecas através dos sites oficiais das universidades teve o intuito de localizar os *links* ou *menus* que direcionassem para os ambientes virtuais das referidas bibliotecas.

Após a localização dos *websites* das bibliotecas, foi realizada, novamente, outra observação sistemática que visou identificar o quantitativo, nomes e existência de algum sistema integrado que é comumente denominado SIBI (sistemas de bibliotecas).

Por meio deste levantamento, foi possível conhecer o universo de pesquisa que, segundo Markoni e Lakatos (2010, p. 223), o “[...] universo ou população é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum.” Desta forma, tem-se como universo, nesta presente pesquisa, todas as bibliotecas das universidades federais do Nordeste brasileiro que podem ser caracterizadas como instituições pertencentes à esfera pública e que contribuem não só para a construção do conhecimento científico, mas também para a formação humana e social dos cidadãos (Carvalho, 2004).

Como amostra desse universo de investigação, foram selecionados os perfis institucionais dos sistemas dessas bibliotecas universitárias nos casos em que já se tenham consolidados ou as bibliotecas denominadas centrais, tendo em vista o entendimento de que estas bibliotecas (centrais) se configuram dentro da universidade como modelo ou referência para as demais bibliotecas (setoriais), além de, em alguns casos, as coordenarem.

Com o intuito de identificar e quantificar as universidades federais da região Nordeste do Brasil foi realizado um levantamento no dia 28 de agosto de 2022 no sistema e-MEC, que é um sistema disponível *online* e mantido pelo Ministério da Educação que consiste em uma base de dados oficial dos cursos e Instituições de Educação Superior (IES) no Brasil.

Para fazer esta consulta inicial, foi utilizada a opção de busca avançada, seguida da seleção dos itens: buscar por Instituição de Ensino Superior, categoria

administrativa: “Pública federal”, organização acadêmica: “Universidade” e filtrado os nove estados que compõem a região Nordeste do Brasil: Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte, Sergipe. A busca recuperou os nomes, códigos, siglas, localização e os conceitos de avaliação das respectivas instituições, totalizando um universo de 20 universidades, conforme o Apêndice A.

A partir das informações obtidas sobre as universidades, iniciou-se o levantamento para identificar o quantitativo, os nomes de bibliotecas e sistemas de bibliotecas (SIBIs) existentes em cada universidade que compõem a amostra da pesquisa, que se constituirá das 10 instituições com sede em suas respectivas capitais, com exceção do estado Sergipe, que tem sua universidade federal com sede no município de São Cristóvão/SE (conforme Apêndice B). Neste sentido, foram realizadas buscas nos sites dessas universidades que compõem a amostra, entre os dias 28/08/22 e 11/09/22, utilizando a técnica de observação sistemática.

As buscas foram realizadas nos *sites* institucionais das universidades selecionadas e foram direcionadas para localizar os *menus* e/ou *links* que reportassem para os ambientes virtuais das bibliotecas de cada instituição. E ao localizar esses espaços, procurou-se informações sobre a existência de um sistema ou diretoria integrada de bibliotecas, o quantitativo de bibliotecas existentes, assim como o nome de cada uma delas, conforme o Apêndice C.

Foi possível constatar, nesse levantamento, a existência em todas as universidades de um sistema ou diretoria integrada de bibliotecas e um total de 161 bibliotecas, distribuídas da seguinte forma:

Quadro 3- Quantidade de bibliotecas por universidade e existência de um SIBI ou diretoria integrada e biblioteca central

Universidade	Sibi ou Diretoria Integrada	Biblioteca Central	Quantidade de Bibliotecas
UFAL	Sibi/UFAL	Sim	15
UFBA	SIBI/UFBA	Não	23
UFC	Sibi/UFC	Sim	19

UFMA	Diretoria Integrada (DIB/UFMA)	Sim	20
UFPB	SISTEMOTECA	Sim	24
UFPE	SIB/UFPE	Sim	14
UFRPE	SIB/UFRPE	Sim	06
UFPI	SIBI/UFPI	Não	09
UFRN	SISB/UFRN	Sim	24
UFS	SIBI/UFS	Sim	07
TOTAL:			161

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Desta forma, foi selecionada uma subamostragem formada pelos 09 sistemas de bibliotecas e 01 diretoria integrada de bibliotecas dessas universidades, a fim de analisar o uso das mídias sociais para a mediação da informação e da cultura. Porém, para aqueles sistemas que ainda não utilizam esses meios virtuais de comunicação com sua comunidade usuária, foram investigadas as bibliotecas centrais dessas universidades que fazem uso de tais plataformas digitais.

5.2.2 Segunda etapa: análise do uso das mídias sociais pelas bibliotecas

Esta segunda etapa consistiu na identificação da presença das bibliotecas universitárias federais do Nordeste nas mídias sociais e na descrição das ações, tanto de mediação da informação quanto de mediação da cultura, desenvolvidas por meio desses dispositivos virtuais de comunicação e informação. Para obter respostas para esses objetivos, foi aplicada, primeiramente, a técnica de observação sistemática nos sites institucionais das bibliotecas.

A busca inicial se deu através dos sites institucionais por acreditar que eles são elaborados com a finalidade de comunicar aos usuários informações oficiais, como, por exemplo, sobre os produtos e serviços oferecidos. Porém, para aquelas bibliotecas ou sistemas de bibliotecas que não divulgam seus perfis nas mídias sociais

através dos sites institucionais ou ainda não possuem esses sites oficiais, foi realizada uma busca exaustiva nas principais mídias sociais, a saber: *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*. A partir desse levantamento, foi possível identificar e quantificar o uso das mídias sociais por essas unidades de informação.

Para melhor descrever e organizar as ações desenvolvidas pelas mídias sociais (especificamente no *Facebook* e no *Instagram*), foi necessário realizar a categorização das postagens e publicações (conforme Apêndice D), de forma a contribuir, incisivamente, para o alcance dos objetivos do estudo e para sistematização das discussões, além de evidenciar a efetividade das publicações de forma agrupada. Para realizar essa categorização, tomamos como base as categorias (acrescida de 'dicas culturais' que, nesta investigação, julgamos como necessária) propostas por Santos Neto e Almeida Junior (2017), que realizaram uma pesquisa em bibliotecas universitárias das Instituições de Ensino Superior do Paraná acerca da mediação da informação no *Facebook* dessas unidades. Como um dos resultados desta pesquisa, os autores puderam identificar, a partir da análise de conteúdos de 959 postagens, uma categorização de acordo com as proximidades das publicações, chegando em 19 categorias temáticas, sendo elas descritas abaixo:

- a) **Categoria A** – Aquisição de novos materiais bibliográficos, promoção de acervo e indicações de leitura;
- b) **Categoria B** – Reconhecimento a funcionários da instituição que participaram de eventos;
- c) **Categoria C** – Cumprimento aos funcionários e amigos por alguma conquista ou aniversários;
- d) **Categoria D** – Editais de programas de pós-graduação;
- e) **Categoria E** – Eventos e cursos (não promovidos pela biblioteca);
- f) **Categoria F** – Eventos, cursos, oficinas, exposições (promovidos pela biblioteca);
- g) **Categoria G** – Informações relacionadas à biblioteca (funcionamento durante ano letivo, férias, greve, prazo de devolução, notas de esclarecimento, indicação de outras redes sociais, etc.);
- h) **Categoria H** – Informação social e de interesse da comunidade em geral;
- i) **Categoria I** – Links para download gratuito de livros;
- j) **Categoria J** – Links relacionados à Biblioteconomia e Ciência da Informação, anais de eventos (diversas áreas);

- k) **Categoria K** – Memes;
- l) **Categoria L** – Prêmios recebidos pela biblioteca ou pela universidade;
- m) **Categoria M** – Publicações periódicas e novos números publicados;
- n) **Categoria N** – Informativo de site de pesquisa e análise de serviços (base de dados, portais de busca integrada, repositórios);
- o) **Categoria O** – Vagas de estágio e editais de concurso;
- p) **Categoria P** – Divulgação de Produtos e Serviços;
- q) **Categoria Q** – Dicas/publicação sobre Normalização Acadêmica;
- r) **Categoria R** – Campanhas institucionais (doação de sangue, educação do usuário, etc.);
- s) **Categoria S** – Promoções e ações de marketing (premiações, perguntas interativas, etc.);
- t) **Categoria T** – Dicas culturais.

Nesta perspectiva, nos momentos em que os conteúdos das publicações, os comentários e as mensagens das mídias sociais utilizadas pelas bibliotecas investigadas foram analisados, foi levado em consideração a análise de conteúdo, que segundo Bardin (2004, p. 33), refere-se a “[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.” A autora defende que a análise de conteúdo se fundamenta em codificar, categorizar um segmento do texto para entender o seu sentido e que permite inferir conhecimentos relativos às condições de produção/recepção das mensagens. Nesse sentido, esta técnica foi utilizada para identificar a classificação do conteúdo disseminado nas categorias que serviram como parâmetros das análises suscitadas na investigação.

Ao identificar e considerar os fenômenos de mediação da informação e da cultura na plataforma do *YouTube*, fez-se necessário a adoção de outra categorização (conforme Apêndice E) que melhor representasse as publicações examinadas. Diante disso, a análise de conteúdo foi sistematizada a partir de oito categorias diferentes, propostas por Muriel-Torrado e Gonçalves (2017) ao investigar o uso desse dispositivo em bibliotecas universitárias brasileiras como plataforma capaz de servir às atividades do profissional de Ciência da Informação e de Biblioteconomia. Essas categorias foram adaptadas e são descritas abaixo:

- 1- **Ações:** reúne as diferentes atividades empreendidas pela biblioteca, como o dia do bibliotecário, o dia da mulher, etc.;
- 2- **Entrevistas:** são vídeos onde aparecem os bibliotecários falando dos serviços das bibliotecas ou de assuntos correlacionados;
- 3- **Eventos:** seminários, congressos, ou outros tipos de encontros;
- 4- **Formação:** são vídeos com tutoriais, dicas aos usuários para a utilização de um sistema, para conhecer melhor as regras ABNT, acessar a sua conta da biblioteca, etc.;
- 5- **Institucional:** onde se apresentam algumas características da biblioteca, oferta, instalações, serviços, etc.;
- 6- **Rádio:** disponibilização de algum um programa de rádio;
- 7- **Projetos:** são intervenções institucionais realizadas sob um projeto da biblioteca, que não é parte da atividade habitual;
- 8- **Outros:** engloba os vídeos que não se referem às outras categorias, como homenagens, dentre outros.

5.2.3 Terceira etapa: identificação dos responsáveis pelo gerenciamento das mídias sociais e alcance das dimensões da mediação da informação

Nesta última etapa, com o intuito de verificar aspectos relacionados ao gerenciamento das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias, optou-se por adotar a técnica de aplicação de questionários junto aos bibliotecários gestores dos sistemas das bibliotecas, tendo sido elaborado o questionário (Apêndice G), cujas questões visam obter informações sobre a gestão e o desenvolvimento dos dispositivos de informação e comunicação no meio virtual, além de indicadores sobre possíveis alcances das dimensões da mediação da informação.

Além disso, a técnica de observação direta e sistemática nos perfis institucionais das bibliotecas, que formaram a amostra desta pesquisa, subsidiou a análise e identificação do alcance dessas dimensões e foi guiada por um formulário (Apêndice F), estruturado em cinco eixos correspondentes às dimensões dialógica, estética, formativa, ética e política, propostas por Gomes (2014, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020a, 2020b). Este formulário foi utilizado para nortear e registrar as informações coletadas, tanto em relação às interações dos mediadores quanto dos sujeitos alcançados pelas ações desenvolvidas.

Ressalta-se que verificar o alcance de algumas das supracitadas dimensões (a exemplo das dimensões formativa e política) seria quase inviável e inexecutável neste estudo, pois requer análises mais aprofundadas com os usuários envolvidos neste tipo de investigação, como seria o caso de um grupo de análise de pesquisa durante algum determinado período, o que não se aplicará neste trabalho. Para tanto, foram escolhidos apenas alguns casos, em específico, dentro da amostra definida para que fosse possível identificar alguns indícios ou pistas de alcance das dimensões da mediação da informação. Esta escolha esteve atrelada ao engajamento dentro deste universo das mídias sociais que vêm sendo utilizadas por essas bibliotecas.

6 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, são apresentados os dados obtidos na pesquisa, os quais são analisados com base nos objetivos propostos pelo estudo. Para isso, na primeira subseção, aborda sobre a presença das bibliotecas nas mídias sociais, com ênfase em três plataformas populares: *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*. Cada uma dessas mídias foi considerada pela sua capacidade única de promover interações e compartilhamentos de conteúdos diversificados. Foram analisadas as mediações realizadas pelas bibliotecas por meio de categorias específicas das publicações, com o intuito de compreender como essas instituições estão mediando a informação com seus usuários e difundindo a cultura de forma inovadora e acessível. A classificação das postagens por categorias permitiu, também, identificar padrões e tendências que demonstram a efetividade dessas plataformas como canais de comunicação e interação.

Buscou-se descrever e analisar, de forma separada, o uso das três mídias sociais em tela pelas bibliotecas universitárias que compõem a amostra da investigação. Desta forma, foram realizadas análises das mediações efetuadas, examinando como essas bibliotecas têm utilizado essas plataformas para se conectarem com os usuários, promover eventos, divulgar acervos, disponibilizar tutoriais, palestras, entrevistas, entre outras iniciativas.

Com o propósito de alcançar o segundo objetivo específico, a segunda subseção discute a mediação cultural realizada pelas bibliotecas por meio das mídias sociais. As reflexões permitem compreender como a cultura é relacionada/aludida nas ações mediadoras e valorizada por meio desses canais digitais e como as bibliotecas podem contribuir para o desenvolvimento cultural e educacional da comunidade acadêmica e do público em geral.

Além disso, na subseção seguinte, para responder ao terceiro objetivo específico, abordam-se as ações mediadoras a partir das dimensões da mediação da informação e seus possíveis alcances nas mídias sociais. Analisam-se alguns indícios de como as bibliotecas universitárias do Nordeste têm alcançado as diferentes dimensões (dialógica, estética, formativa, ética e política) da mediação da informação por meio das mídias sociais, de forma a promover uma experiência enriquecedora e abrangente para os usuários e para os processos mediativos.

Neste sentido, a presente seção busca contribuir para a compreensão das práticas adotadas pelas bibliotecas universitárias do Nordeste nas mídias sociais, enfatizando o papel dessas instituições na mediação do conhecimento, da cultura e da informação. As conclusões extraídas desta análise têm o potencial de auxiliar na elaboração de estratégias mais efetivas para a promoção da cultura, do conhecimento e da informação em ambientes digitais, ampliando o alcance e o impacto educacional dessas bibliotecas na sociedade contemporânea.

6.1 As bibliotecas universitárias nas mídias sociais

As mídias sociais, nos últimos anos, têm desempenhado um papel significativo na maneira como as instituições acadêmicas se comunicam e interagem com seu público. No contexto das bibliotecas universitárias, essas plataformas se tornaram canais essenciais para a mediação da informação e da cultura, permitindo uma expansão das possibilidades de engajamento, colaboração e compartilhamento de conhecimentos, experiências e recursos disponíveis.

Nesta subseção, são apresentadas as mídias sociais utilizadas pelos sistemas de bibliotecas ou bibliotecas centrais que compõem a amostra dessa investigação. Nesta etapa, buscou-se identificar a presença dessas unidades nas mídias sociais a partir tanto dos sites institucionais quanto de uma busca exaustiva nas principais plataformas pesquisadas, a saber: *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*, assim como reforçado em uma das questões levantadas no questionário encaminhado para os coordenadores dos sistemas de bibliotecas. Neste levantamento, percebeu-se que nem todos os sistemas de bibliotecas das universidades federais do Nordeste que compuseram a amostra da pesquisa possuem perfis em mídias sociais.

Sabe-se que o comportamento informacional dos usuários, na contemporaneidade, tem sido influenciado pelos diversificados dispositivos digitais que passaram a integrar diferentes serviços e mecanismos de interação social no ambiente de rede, pois, como julga Castells (2016), a Internet tem alcançado tanto as relações laborais, quanto as pessoais de maneira que a sociedade tem passado a estar organizada em rede. Assim, ressalta-se a relevância desses sistemas de bibliotecas buscarem acompanhar essa dinamicidade social e criarem perfis nas mídias sociais a fim de alcançar os usuários que utilizam esses dispositivos digitais.

Diante desse resultado e com o propósito de alcançar o objetivo 'a', foram selecionados os sistemas de bibliotecas e bibliotecas centrais que possuem perfis nas mídias sociais com o intuito de identificar os dispositivos utilizados e as atividades desenvolvidas no âmbito dessas mídias. No quadro abaixo, são apresentados os perfis investigados, assim como o *link* de cada mídia social avaliada.

Quadro 4- Perfis nas mídias sociais que compõem a amostra da pesquisa

IES	NOME DO SISTEMA OU BIBLIOTECA	FACEBOOK	INSTAGRAM	YOUTUBE
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS	Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Alagoas	https://www.facebook.com/sibiufal	www.instagram.com/sibiufal/	https://www.youtube.com/@SIBIU FALCANAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA	Sistema Universitário de Bibliotecas da Universidade Federal de Bahia	https://www.facebook.com/sibi.ufba	https://www.instagram.com/sibi.ufba/	https://www.youtube.com/@sibiufba
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ	Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Ceará	https://www.facebook.com/sibiufc	https://www.instagram.com/sibiufc/	https://www.youtube.com/@SiBIU FC
UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO	Diretoria Integrada de Bibliotecas (DIB)	Não tem	https://www.instagram.com/ufma_dib/	https://www.youtube.com/@ufma_dib
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA	Biblioteca Central - UFPB	https://www.facebook.com/BibliotecaCentralUFPB	https://www.instagram.com/bibliocentralufpb/	https://www.youtube.com/@bibliocentralufpb/featured
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO	Biblioteca Central (BC)- UFPE	https://www.facebook.com/bibliotecaacentralufpe/	https://www.instagram.com/bibliotecaacentralufpe/	Não tem
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO	Biblioteca Central Professor Mário Coelho de Andrade Lima (BC)- UFRPE	https://www.facebook.com/bibliotecaacentralufrpe	Não tem	https://www.youtube.com/@sibufrpe1919/featured

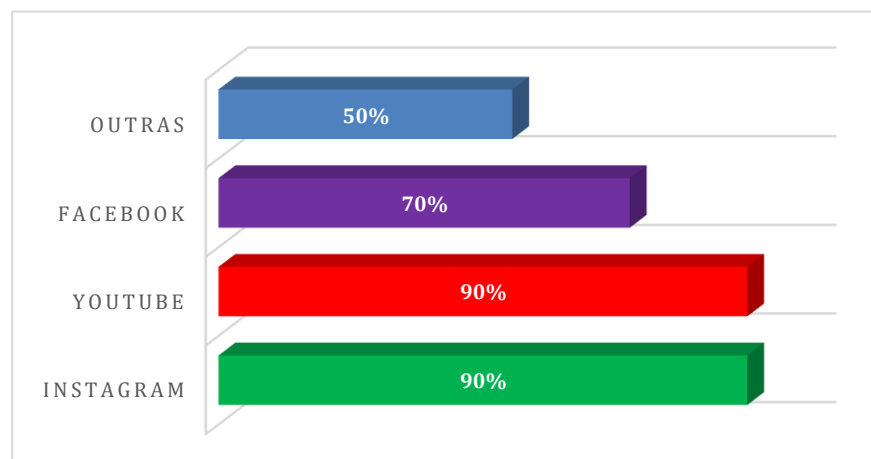
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ	Biblioteca Comunitária Jornalista Carlos Castello Branco – BCCB- UFPI	Não tem	https://www.instagram.com/bccbufpi/	https://www.youtube.com/@bccbufpi/featured
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE	Biblioteca Central Zila Mamede – BCZM- UFRN	https://www.facebook.com/bczm.ufrn/	https://www.instagram.com/bczm_ufrn/	https://www.youtube.com/@SistemadeBibliotecasdaUFRN
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	Sistema de Bibliotecas da UFS - SIBI/UFS	Não tem	https://www.instagram.com/sibiufs/	https://www.youtube.com/@sibiufs9308/featured

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

A partir deste levantamento, constatou-se que apenas 50% dos sistemas de bibliotecas investigados possuem perfis nas mídias sociais com a própria definição de “sistema” ou “diretoria” (a exemplo da Universidade Federal do Maranhão). Os demais sistemas são mencionados nos perfis das chamadas “bibliotecas centrais”, com exceção do SIBI/UFPI, que não possui nenhuma biblioteca com essa denominação, mas essas menções foram identificadas no perfil da Biblioteca Comunitária Jornalista Carlos Castello, a qual foi incluída para análise por representar com mais visibilidade o referido SIBI.

No Gráfico abaixo, é possível visualizar o percentual de uso das principais mídias utilizadas pelas bibliotecas que compuseram esta investigação.

Gráfico 1- Percentual de uso das mídias sociais utilizadas pelas bibliotecas



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Observou-se, nesta etapa, que as mídias sociais mais utilizadas pelas bibliotecas são o *Instagram* e o *YouTube*, sendo ambas usadas por 90% da amostra. Seguida pelo uso do *Facebook* (70%) e outras mídias sociais (50%). Dentro da categoria de “outras mídias sociais”, foi possível identificar o uso do *WhatsApp*, do *Twitter* e do *Flickr* como outros canais de comunicação que vêm sendo utilizados por essas bibliotecas universitárias investigadas. Neste sentido, entende-se que essas bibliotecas têm buscado se adaptarem às novas formas de comunicação no ambiente digital, visto que, conforme enfatiza Primo (2007), a Internet, mais especificamente a partir da *Web 2.0*, trouxe um impacto significativo na sociedade, facilitando o trabalho coletivo, a interação entre os sujeitos, a produção e circulação de informações e a construção colaborativa do conhecimento por meio da tecnologia.

Nas subseções seguintes, foram analisadas as atividades e os recursos utilizados pelas bibliotecas em cada uma das três mídias sociais mais utilizadas, separadamente, para melhor investigar como essas instituições têm buscado estabelecer sua presença digital e promover uma relação mais próxima com estudantes, professores e demais membros da comunidade acadêmica. Ao identificar os recursos e as estratégias adotadas, buscou-se compreender como essas bibliotecas estão se adaptando ao ambiente digital para mediar informações e aspectos de cultura de forma eficaz.

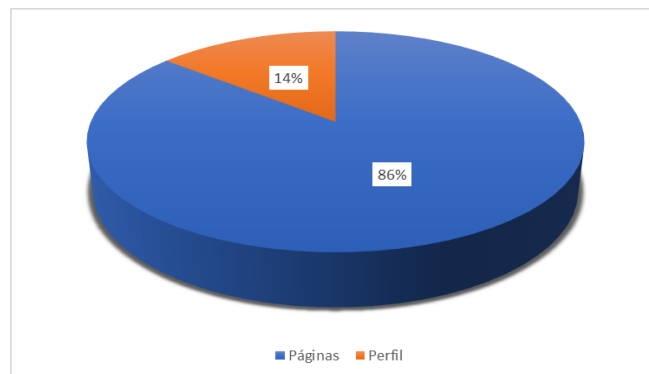
6.1.1 O uso do *Facebook* pelas bibliotecas universitárias do Nordeste brasileiro

Ao obter informações sobre quais são as mídias sociais usadas pelos sistemas de bibliotecas ou bibliotecas centrais das universidades federais do Nordeste brasileiro e, conseqüentemente, quantas deste universo de investigação fazem uso do *Facebook*, pôde-se conhecer a população desta análise.

Com base nos resultados obtidos, constatou-se que das 10 (dez) unidades investigadas, apenas 7 (sete) utilizam o *Facebook*, correspondendo a 70% do total da amostra total. Observou-se, também, que das possibilidades encontradas nesta plataforma como forma de presença que as bibliotecas podem optar por criar, a maioria (86%- que correspondeu à 6 bibliotecas) delas criaram, no *Facebook*, páginas ao invés de perfis como usuários (14%- que correspondeu à 1 biblioteca), conforme o Gráfico 2.

É importante ressaltar que existem diferenças operacionais entre essas duas opções de uso. Dentre as principais diferenças, pode-se citar que na forma de “perfil”, que geralmente é utilizado para uso pessoal (não comercial), a quantidade de amigos é limitada, a conta é administrada por um único usuário (sem a possibilidade de dividir funções) e tem a possibilidade de envio de mensagens individuais. Já na forma de “página”, que é voltado, geralmente, para uso profissional, a quantidade de curtidas e seguidores é ilimitada, não sendo necessário adicionar os usuários como amigos (apenas curtir ou seguir), a conta pode ser administrada por múltiplos usuários que podem ter diferentes níveis de administração e há a possibilidade de envio de mensagens em massa.

Gráfico 2- Uso de página e perfil no *Facebook* pelas bibliotecas



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

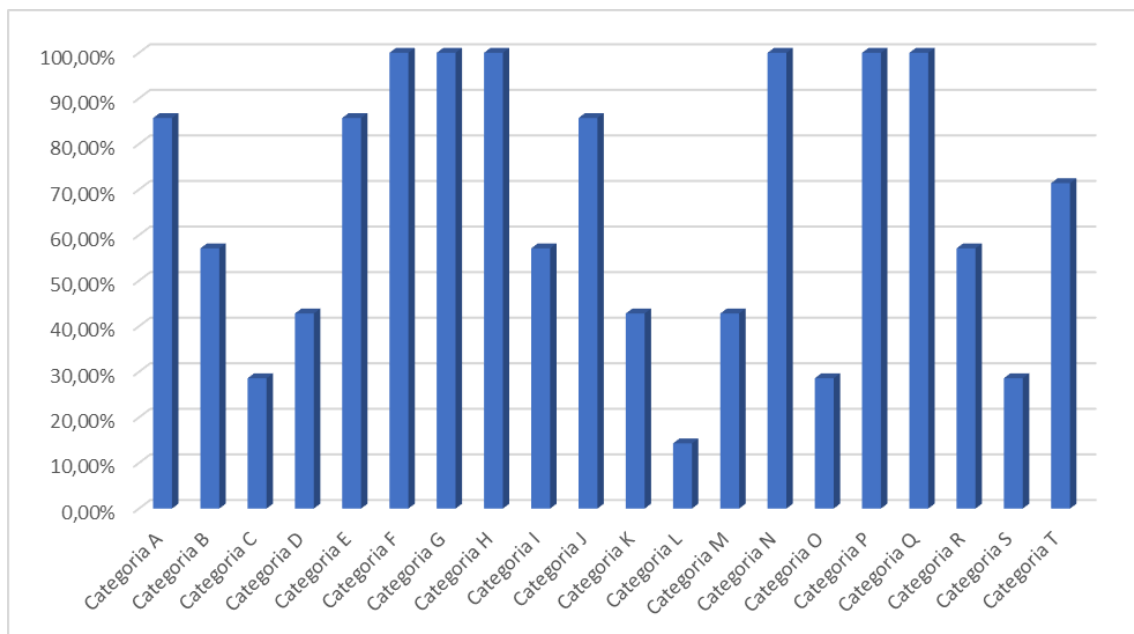
A partir desse levantamento, infere-se que a escolha majoritária das bibliotecas por criarem “páginas”, ao invés de “perfis”, demonstra um esforço em estabelecer uma presença profissional e institucional na plataforma em questão. Isto sugere que as bibliotecas estão conscientes da necessidade de se comunicarem de forma mais formal e estratégica, aproveitando os recursos oferecidos pelas páginas. Ambas as formas são válidas e eficientes para o processo de mediação da informação pelo *Facebook*, no entanto, entende-se que a modalidade de página se apresenta como a mais vantajosa para as finalidades para as quais as bibliotecas se propõem no uso desta plataforma digital de comunicação.

As bibliotecas, independentemente de sua tipologia, podem se servir dos recursos existentes no *Facebook* para, por exemplo, divulgarem seus produtos e serviços, disponibilizarem informações sobre eventos, notícias importantes, mantendo

os sujeitos atualizados, fortalecerem suas ações de *marketing*, fomentar uma comunicação mais efetiva com seu público-alvo ou potenciais usuários de seus serviços. Além disso, a disponibilização de fotos e vídeos auxilia na apresentação do espaço físico da biblioteca, das atividades e ações que realizam de forma a contribuir, significativamente, para aproximar os sujeitos envolvidos e para suprir suas necessidades informacionais e alimentar seus anseios culturais de maneira confortável, prática e segura.

Com o intuito de verificar quais os conteúdos e informações das publicações postadas por essas unidades por meio do uso do *Facebook*, foram realizadas observações sistemáticas durante os meses de julho e agosto de 2023, que teve como marco temporal de análise o período de janeiro de 2020 a junho de 2023. Os resultados obtidos, nessas observações, foram agrupados e sistematizados por categorias, de acordo com o proposto na metodologia desta pesquisa e conforme o Gráfico 3.

Gráfico 3- Percentual geral de uso das categorias das publicações no *Facebook* pelas bibliotecas



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A diversidade de categorias de publicações pode indicar que as bibliotecas estão utilizando o *Facebook* como uma plataforma versátil para compartilhar

diferentes tipos de conteúdo. Isso demonstra um esforço em atender a várias necessidades e interesses de seu público-alvo.

Observou-se que nos sete (7) perfis/páginas analisadas que fazem uso do *Facebook*, seis (6) categorias de publicações foram unânimes (100%) nestes perfis/páginas: as **categorias F** (Eventos, cursos e exposições - promovidos pela biblioteca); **categoria G** (Informações relacionadas à biblioteca - funcionamento durante ano letivo, férias, greve, prazo de devolução, notas de esclarecimento, etc.); **categoria H** (Informação social e de interesse da comunidade em geral); **categoria N** (Informativo de site de pesquisa e análise de serviços- base de dados, portais de busca integrada, repositórios); **categoria P** (Divulgação de Produtos e Serviços) e **categoria Q** (Dicas/publicação sobre Normalização Acadêmica).

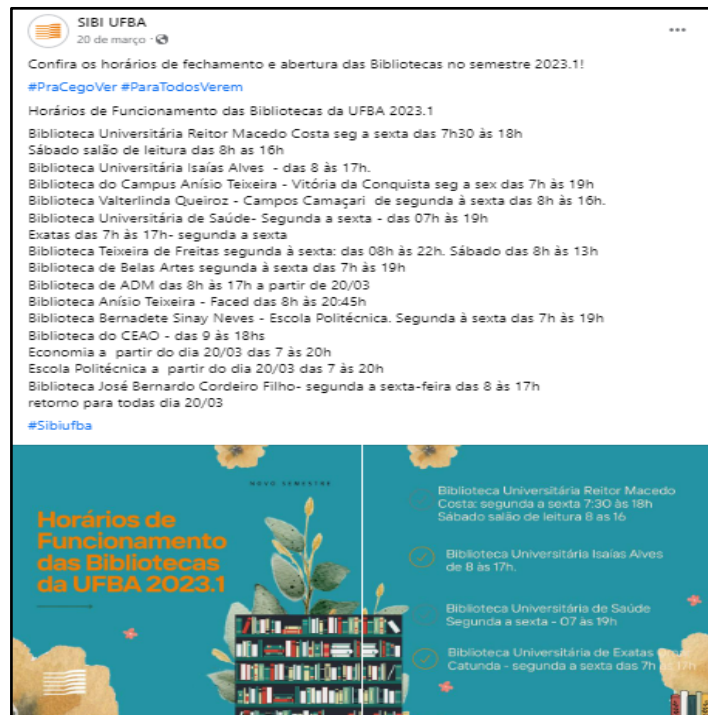
Com base nas observações realizadas, a presença unânime das **categorias F** e **G** sugere que as bibliotecas estão comprometidas em manter os usuários informados sobre eventos acadêmicos, oportunidades de aprendizagens e atualizações operacionais desses espaços, conforme Figuras 3 e 4. Vale destacar que a seleção das postagens se deu considerando a representatividade em relação às demais no que tange a cada categoria ou recurso utilizado.

Figura 3- Publicação sobre eventos



Fonte: *Facebook* Biblioteca Central UFPB (2023).

Figura 4- Publicação sobre horários de funcionamento



Fonte: Facebook SIBI UFBA (2023).

Percebeu-se, também, que o fato de incluírem informações sociais e de interesse da comunidade em geral (**categoria H**) destaca a vontade dessas bibliotecas em não apenas atender às necessidades acadêmicas, mas também em promover um senso de pertencimento à comunidade mais ampla. Esta proposta vai ao encontro do pensamento de Gomes (2020), a qual defende que o ambiente comunicativo não é apenas um local físico, mas, também, um espaço de acolhimento que deve ser propício a receber os diversos sujeitos informacionais, promovendo a construção de relações e vínculos afetivos.

A inclusão da **categoria N** (Informativo de site de pesquisa e análise de serviços) revela que as bibliotecas estão utilizando o *Facebook* para destacar recursos de pesquisa, como bases de dados, portais de busca integrada e repositórios, reforçando seu papel no apoio à pesquisa acadêmica (conforme Figuras 5 e 6). O uso desta categoria evidencia uma das funções das bibliotecas universitárias, que de acordo com Caregnato (2000) e Milanesi (2002) devem, além de disponibilizarem informações, devem, também, fornecerem orientações sobre como acessar e usar essas informações de maneira eficaz e eficiente.

Figura 5- Publicação de tutoriais sobre o Portal Capes



Fonte: Facebook SIBI UFC (2023).

Figura 6- Publicação sobre Bartoc.org

Biblioteca Central UFPE
13 de fevereiro de 2021 · 🌐

Fique por dentro do Bartoc.org ✓

Trata-se do Registro Básico de Tesouros, Ontologias e Classificações, que consiste em um banco de dados de Sistemas de Organização de Conhecimento e registros relacionados. Ou seja, uma grande base de vocabulários controlados para auxiliar na pesquisa, em um único local.

#ufpe #bcufpe #bibliotecacentralufpe #pesquisa #bartoc.org @alunosufpe... Ver mais

BARTOC.org
Basic Register of Thesauri, Ontologies & Classifications

Já conhece o Bartoc.org?
Uma grande base de vocabulários controlados para auxiliar na pesquisa, em um único local.

Principal Objetivo:
Listar o maior número possível de Sistemas de Organização de Conhecimento em um só lugar, a fim de obter maior visibilidade, destacar suas características, torná-los pesquisáveis e comparáveis e promover o compartilhamento de conhecimento.

BARTOC inclui qualquer tipo de Sistemas de Organização de Conhecimento (KOS) de qualquer área temática, em qualquer idioma, qualquer formato de publicação e qualquer forma de acessibilidade.

A criação do BARTOC foi motivada pela necessidade de criar uma bibliografia e facilitar a liberação da informação. Desde seu lançamento em novembro de 2013, o BARTOC coletou informações sobre mais de 3.000 terminologias e quase 300 registros de tecnologia até novembro de 2020.

Sua interface está disponível em 20 idiomas e oferece o acesso a duas opções de pesquisa: Pesquisa básica por palavras-chave e Pesquisa avançada por termos de busca.

Um estudo comparativo de tipos de terminologia e registros mostrou que o BARTOC possui "uma quantidade relativamente suficiente de conteúdos". Seu conteúdo está disponível como domínio público sob a Licença de Domínio Público (PDDL).

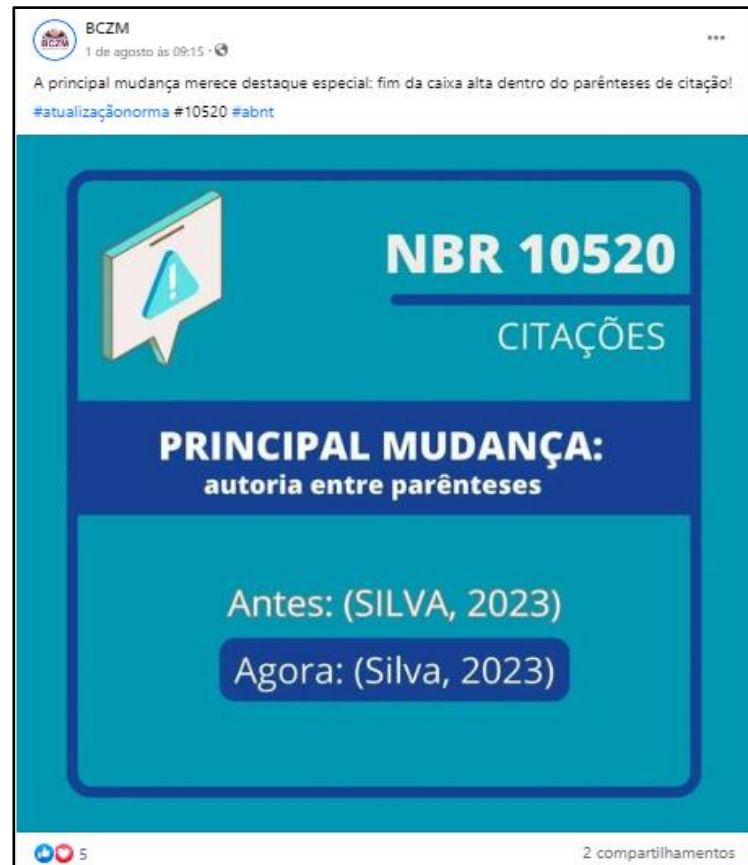
Gostou?
Curte. Comenta. Compartilha.

Curtir | Comentar | Compartilhar

Fonte: Facebook Biblioteca Central UFPE (2023).

A divulgação estratégica, também, pode ser percebida nas publicações analisadas. Por exemplo, a **categoria P** (Divulgação de Produtos e Serviços) indica que as bibliotecas utilizam a plataforma em tela como canal para promover os produtos e serviços que oferecem, possivelmente visando melhor a conscientização e uso desses recursos. Além disso, elas demonstram preocupação com a orientação acadêmica, visto que a **categoria Q** (Dicas/publicação sobre Normalização Acadêmica) indica que essas bibliotecas estão conscientes das necessidades dos estudantes em relação à formatação e normalização de trabalhos acadêmicos, fornecendo orientações práticas para aprimorar as habilidades acadêmicas, conforme Figuras 7 e 8:

Figura 7- Publicação sobre ABNT



Fonte: Facebook BCZM (2023).

Figura 8- Publicação sobre Vancouver



Fonte: Facebook SIBI UFAL (2021).

Esses dados indicam uma consciência dos profissionais envolvidos nas publicações desta mídia social no que tange a suprir as necessidades informacionais de sua comunidade usuária, tal como defende Almeida Júnior (2015), ao conceituar a mediação da informação como uma ação que visa a apropriação da informação, satisfazendo, mesmo que de maneira parcial e momentânea, uma necessidade informacional.

A unanimidade (100%) dessas categorias de publicações supracitadas pode indicar que essas áreas são consideradas essenciais para o engajamento da comunidade, uma vez que todas as bibliotecas investigadas nesta análise estão adotando abordagens semelhantes para alcançar seus objetivos. Os dados sugerem que as bibliotecas universitárias estão aproveitando o *Facebook* de maneira estratégica e diversificada, abordando desde informações práticas sobre seus serviços até a promoção de eventos, pesquisa e envolvimento comunitário. Isso reflete um esforço em manter um equilíbrio entre as necessidades informacionais acadêmicas e as demandas da comunidade em geral, utilizando esta plataforma digital como um canal eficaz de comunicação e interação.

Ressalta-se que as publicações dessas categorias mencionadas são cruciais para aumentar o conhecimento e conscientização entre a comunidade usuária em relação ao papel do profissional bibliotecário e ao domínio de saberes sobre determinados temas, além de servirem para informar os sujeitos sobre serviços de apoio aos estudantes oferecidos pelas bibliotecas universitárias, que muitas vezes, podem passar despercebidos. Desta forma, conteúdos desses tipos buscam preencher lacunas informacionais, tornando mais evidente para sua comunidade o valor desses profissionais e os benefícios disponíveis por meio dos serviços oferecidos.

Dentre as categorias menos abordadas pelas bibliotecas nesta mídia, pode-se destacar a **categoria L** (Prêmios recebidos pela biblioteca ou pela universidade) que foi identificada apenas em um dos SIBIs (correspondendo a 14,3%); e as **categorias C** (Cumprimento aos funcionários e amigos por alguma conquista ou aniversários), **categoria O** (Vagas de estágio e editais de concurso) e **categoria S** (Promoções e ações de marketing - premiações, perguntas interativas, etc.) em que foram identificadas ocorrências em apenas 2 (dois) SIBIs em cada dessas categorias- o que correspondeu a 28,6% do total da amostra por categoria.

Essa baixa representatividade de algumas categorias sugere que essas áreas específicas podem não ser prioridades centrais nas estratégias de mídia social das bibliotecas. Isso pode ocorrer devido a diferentes fatores, como o foco predominante em outras áreas mais alinhadas com as missões e metas dessas bibliotecas. As **categorias C** (Cumprimento aos funcionários) e **L** (Prêmios recebidos) estão relacionadas à comunicação interna e ao reconhecimento de conquistas e sua presença limitada pode indicar que as bibliotecas estão concentrando suas publicações em conteúdos voltados para o público acadêmico e para a comunidade em geral.

As **categorias O** (Vagas de estágio e editais de concurso) e **S** (Promoções e ações de marketing) têm potencial para atrair atenção, especialmente de estudantes em busca de oportunidade de emprego e de informações sobre promoções e brindes (conforme Figura 9). A sua baixa presença pode indicar uma oportunidade para as bibliotecas explorarem mais ativamente esses tipos de conteúdo.

Figura 9- Publicação de concurso de frases



Fonte: Facebook SIBI UFBA (2020).

As escolhas das bibliotecas em relação às categorias de publicação refletem suas percepções sobre as necessidades e prioridades de seu público-alvo. A ênfase nas categorias mais utilizadas pode refletir uma estratégia alinhada com o compromisso acadêmico e a promoção de recursos. A análise dessas categorias menos exploradas pode sugerir possíveis áreas para expansão ou ajustes nas estratégias de uso da mídia social das bibliotecas. Avaliar se essas categorias têm potencial para aumentar o engajamento, a visibilidade e o alcance é um passo importante para otimizar o uso das plataformas digitais de comunicação e informação.

Nesta perspectiva, os estudos de usuários podem ser bastante significativos, pois, conforme nos aponta Figueiredo (1994), estas investigações buscam saber o que os sujeitos demandam em matéria de informação, assim como saber se as necessidades informacionais estão sendo satisfeitas de maneira adequada.

Dentre os recursos disponíveis no *Facebook* e vêm sendo utilizados pelas bibliotecas investigadas, destacam-se as apresentações, onde disponibilizam aos usuários/seguidores informações importantes como os endereços, telefones, *e-mails*, sites institucionais, horários de funcionamentos e *links* para outras mídias sociais (conforme Figura 10).

Figura 10- Print da página inicial do SIBI UFC



Fonte: Facebook SIBI UFC (2023).

Além disso, foi possível perceber, por meio das observações sistemáticas realizadas nos perfis e páginas analisadas, o uso dos *Reels*, das menções em que se evidencia o estímulo para a interação com os usuários, sinalizando e sugerindo o uso de hashtags (#) em publicações que mencionam os respectivos ambientes informacionais e o uso dos *stories* como forma de disseminar informações correntes e atuais dos serviços e produtos oferecidos a sua comunidade usuária, assim como compartilhar momentos diários que aproximam os sujeitos dessas ambiências.

Os resultados obtidos evidenciam uma presença contumaz e constante da maioria das bibliotecas ou sistemas de bibliotecas universitárias investigadas no *Facebook*, assim como revelam que elas têm realizado esforços para mediar informação de maneira inovadora e não convencional. Considera-se, neste sentido, que a mediação da informação realizada por meio dessa mídia social tem o potencial de atingir sujeitos que ainda não foram alcançados via outros meios de comunicação, o que fornece subsídios para inferir que o *Facebook* desempenha um papel importante e estratégico na comunicação e na disseminação de conteúdo para os usuários.

Nesta perspectiva, entende-se que as interferências (Almeida Júnior, 2015) realizadas pelos profissionais da informação estão presentes em ambientes que

extrapolam as barreiras físicas dos equipamentos informacionais, por exemplo, em dispositivos virtuais de comunicação como no caso do *Facebook*.

6.1.2 O uso do *Instagram* pelas bibliotecas universitárias do Nordeste brasileiro

As bibliotecas universitárias do Nordeste têm buscado cada vez mais se tornarem mais ativas na busca por inovação e alcance de seus públicos-alvo, e as mídias sociais têm desempenhado um papel fundamental nessa jornada. A presença dessas bibliotecas nas plataformas digitais de comunicação tem se mostrado uma estratégia relevante para promover a mediação da cultura e da informação junto a suas comunidades acadêmicas e aos usuários em geral. Nesse sentido, o uso das mídias sociais pelas bibliotecas tem se tornado imprescindível para se relacionar com seus públicos, que estão cada vez mais imersos na cultura digital, conforme enfatizado por Castells (2016) e pelo Relatório Digital (2023), ao destacarem o crescente número de usuários das redes interativas de computadores.

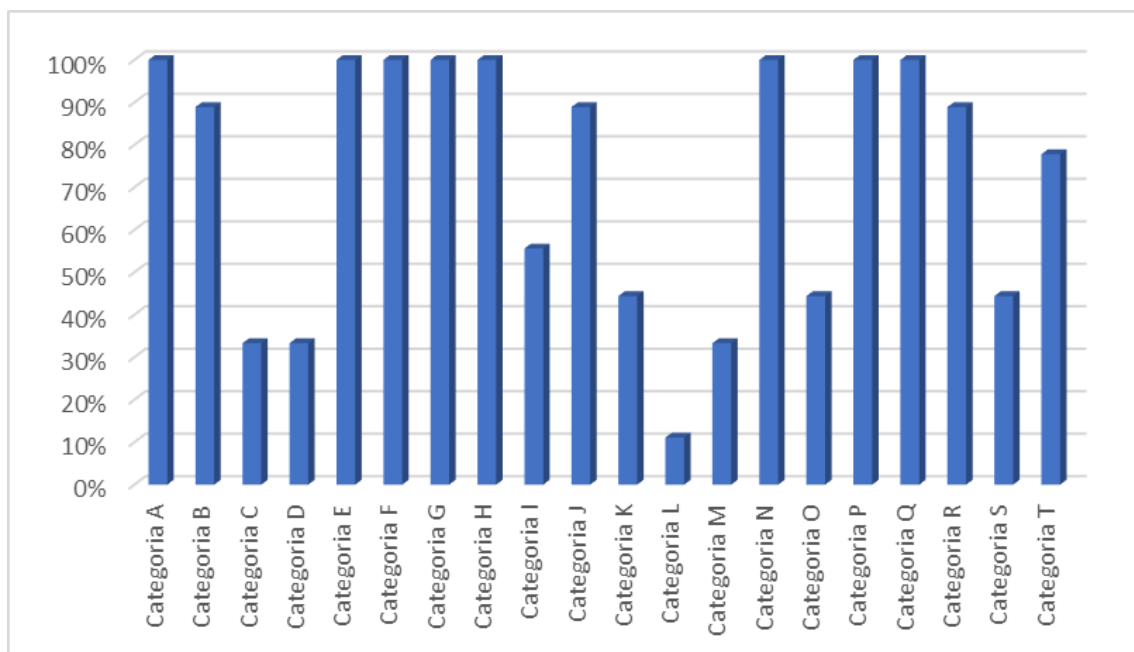
Ao investigar o uso do *Instagram* pelas bibliotecas universitárias que compuseram o escopo de investigação desta pesquisa, foi possível identificar que das 10 (dez) unidades selecionadas, 9 (nove) possuem perfis nesta referida plataforma digital, correspondendo a 90% do total da amostra de bibliotecas que vêm aderindo a esse canal de comunicação como forma de se relacionar com seus usuários. Isso demonstra que essas bibliotecas estão acompanhando as tendências tecnológicas e as preferências de comunicação de seus usuários, além de estarem se esforçando para se manterem relevantes e acessíveis em um ambiente digital de constante evolução. Tal atitude reflete a chamada cibercultura que, de acordo com Lemos (2015), se delineia como uma sociedade moldada pela conectividade generalizada e expande as possibilidades de comunicação, permitindo a troca de informações em diversas formas e promovendo a criação de laços e grupos sociais.

São inúmeras as possibilidades de mediação da informação e da cultura que podem ser realizadas pelas unidades de informação com uso dessa mídia social que vem cada vez mais se consagrando no ciberespaço. Devido ao seu formato mais dinâmico, ela permite criar uma relação mais intimista com os usuários. É possível, por exemplo, mostrar o que está acontecendo, basicamente em tempo real, para que os sujeitos se sintam parte do dia a dia desses ambientes informacionais. Podem compartilhar informações pertinentes com sua comunidade, promover *webinars*

acessíveis e exclusivos aos seus seguidores, contribuindo na educação deles, além de servir como ferramenta de aproximação entre esses espaços e o público que almeja por informação e cultura.

Com a mesma finalidade de verificar quais os conteúdos e informações das publicações postadas pelas bibliotecas analisadas por meio do uso do *Instagram*, foram realizadas observações sistemáticas durante o mesmo período de análise do *Facebook* e os resultados obtidos também foram agrupados e sistematizados pelas mesmas categorias propostas na metodologia desta pesquisa, conforme Gráfico 4:

Gráfico 4- Percentual geral de uso das categorias das publicações no *Instagram* pelas bibliotecas



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Observou-se que nos 9 (nove) perfis analisados no *Instagram*, 8 (oito) categorias foram unânimes (100%), isto é, 8 (oito) das categorias investigadas foram identificadas em todos os perfis analisados. Essas categorias foram: as **categorias A** (Aquisição de novos materiais bibliográficos, promoção de acervo e indicações de leitura); **categoria E** (Eventos e cursos (não promovidos pela biblioteca); **categoria F** (Eventos, cursos, oficinas, exposições (promovidos pela biblioteca); **categoria G** (Informações relacionadas à biblioteca (funcionamento durante ano letivo, férias, greve, prazo de devolução, notas de esclarecimento, indicação de outras redes sociais, etc.); **categoria H** (Informação social e de interesse da comunidade em geral);

categoria N (Informativo de site de pesquisa e análise de serviços (base de dados, portais de busca integrada, repositórios); **categoria P** (Divulgação de Produtos e Serviços) e **categoria Q** (Dicas/publicação sobre Normalização Acadêmica).

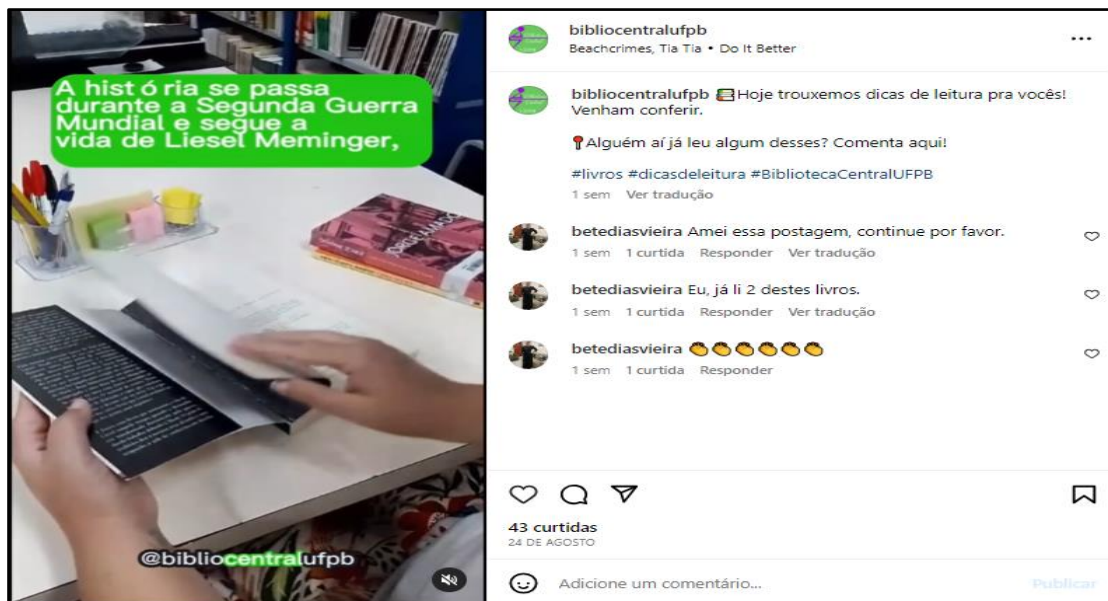
A análise dessas categorias mostra que as bibliotecas universitárias estão adotando uma abordagem mais abrangente para o uso do *Instagram* em relação ao *Facebook*. Elas estão aproveitando o *Instagram* para informar, envolver e apoiar os sujeitos de várias maneiras, indo além da simples promoção de seus serviços e produtos, o que demonstra um esforço em construir uma presença digital significativa e útil para a comunidade acadêmica e a sociedade em geral. Ao compartilharem informações sobre novas aquisições, promoverem seus acervos e realizarem indicações de leitura, conforme Figuras 11 e 12, essas bibliotecas estão mantendo os sujeitos informacionais atualizados sobre a expansão de suas coleções, o que é, especialmente, importante para os estudantes e pesquisadores que desejam acessar os materiais e recursos mais recentes em suas áreas de estudo, assim como estão promovendo a leitura e o uso desses equipamentos culturais.

Figura 11- Publicação de novas aquisições



Fonte: @ufma_dib (2023).

Figura 12- Publicação de indicação de leitura



Fonte: @bibliocentralufpb (2023).

As inclusões das **categoria E e F**, que se referem a divulgação de eventos e cursos tanto os promovidos pelas bibliotecas quanto os não promovidos por elas, conforme Figuras 13 e 14, sugerem que essas unidades informacionais estão, ativamente, envolvidas na promoção de oportunidades de aprendizagens que podem ser de interesse dos sujeitos, como *workshops*, palestras e exposições. E ao destacarem eventos e cursos não promovidos diretamente pelas bibliotecas, ampliam-se os focos e demonstram preocupação em apoiar os interesses acadêmicos e culturais da comunidade em geral.

Figura 13- Publicação de eventos promovidos pelas bibliotecas



Fonte: @bccbufpi (2023).

Figura 14- Publicação de eventos não promovidos pelas bibliotecas



Fonte: @sibiufc (2023).

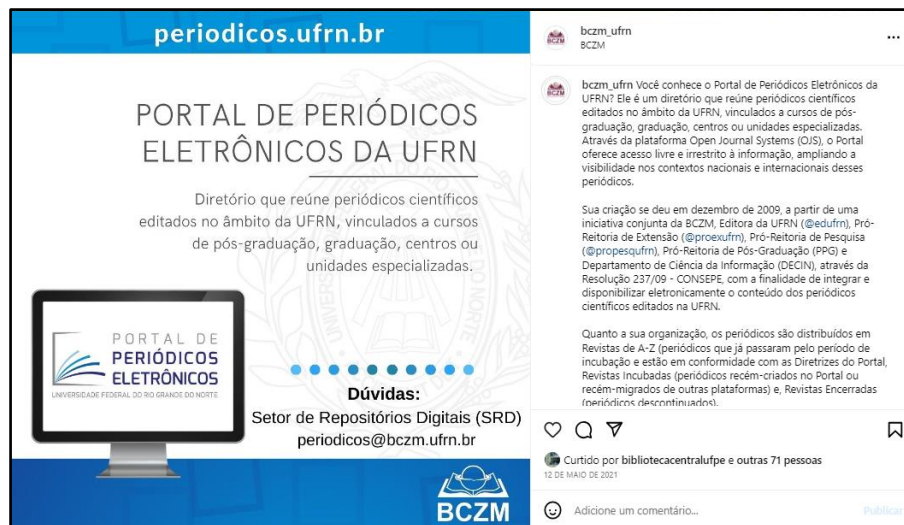
As demais categorias que também foram unânimes no uso do *Facebook* sugerem que essas bibliotecas vêm utilizando o *Instagram* como mais um canal interativo para compartilharem informações pertinentes e essenciais à sua comunidade usuária, como horários de funcionamento, esclarecimentos sobre políticas e regulamentos, comunicados e notas sobre férias, além de apoiarem os aspectos acadêmicos dos estudantes, fornecendo informações e dicas relacionadas à normalização de trabalhos, assim como promoverem, ativamente, seus recursos, serviços e bases de dados, conforme Figuras 15 e 16.

Figura 15- Publicação de promoção do Repositório Institucional



Fonte: @sibi.ufba (2022).

Figura 16- Publicação de promoção do Portal de Periódicos Eletrônicos



Fonte: @bczm_ufrn (2021).

Esses dados obtidos podem demonstrar um compromisso dessas bibliotecas universitárias com a transparência e a comunicação eficaz com os sujeitos informacionais, de maneira a aumentar a conscientização sobre a variedade de recursos disponíveis para eles, além de promoverem a própria cultura acadêmica, beneficiando a instituição como um todo e favorecendo o estabelecimento de um ambiente mais diverso e potente na construção do conhecimento e da identidade de sua comunidade. Conforme ressaltam Santos, Freitas e Gomes (2018), essas bibliotecas se estabelecem como espaços propícios para a partilha de experiências e saberes, apoiando os sujeitos na ampliação de seus conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas à própria informação.

No que tange às categorias analisadas menos abordadas pelas bibliotecas no *Instagram*, foi possível identificar que a **categoria L** (Prêmios recebidos pela biblioteca ou pela universidade), assim como na análise do uso do *Facebook*, foi constatada em, apenas, um dos perfis investigados; e as **categorias C** (Cumprimento aos funcionários e amigos por alguma conquista ou aniversários), **categoria D** (Editais de programas de pós-graduação) e **categoria M** (Publicações periódicas e novos números publicados) foram identificadas em, apenas, 3 (três) dos perfis investigados.

O fato da **categoria L** (Prêmios recebidos pela biblioteca ou pela universidade) ter sido identificada, novamente, em apenas um dos perfis analisados indica que as bibliotecas não estão enfatizando muitas as conquistas ou os prêmios recebidos (tanto por elas quanto pelas universidades e comunidades usuárias) em seus perfis no *Instagram*. No entanto, essa atitude pode representar uma oportunidade perdida para

destacar o reconhecimento e a excelência da instituição, o que poderia atrair mais atenção e orgulho por parte da comunidade acadêmica.

A falta de ênfase nas demais categorias pode refletir as prioridades de comunicação das bibliotecas universitárias no uso da plataforma em tela. Entretanto, pode-se ressaltar que o destaque para a **categoria M** (Publicações periódicas e novos números publicados) tem o potencial de promover as coleções de revistas acadêmicas e outras publicações periódicas das universidades, assim como aumentar a conscientização sobre esses recursos e incentivar seu uso, conforme Figura 17, apoiando ativamente a pesquisa e motivando a submissão de trabalhos, por exemplo.

Figura 17- Publicação sobre nova edição de revista

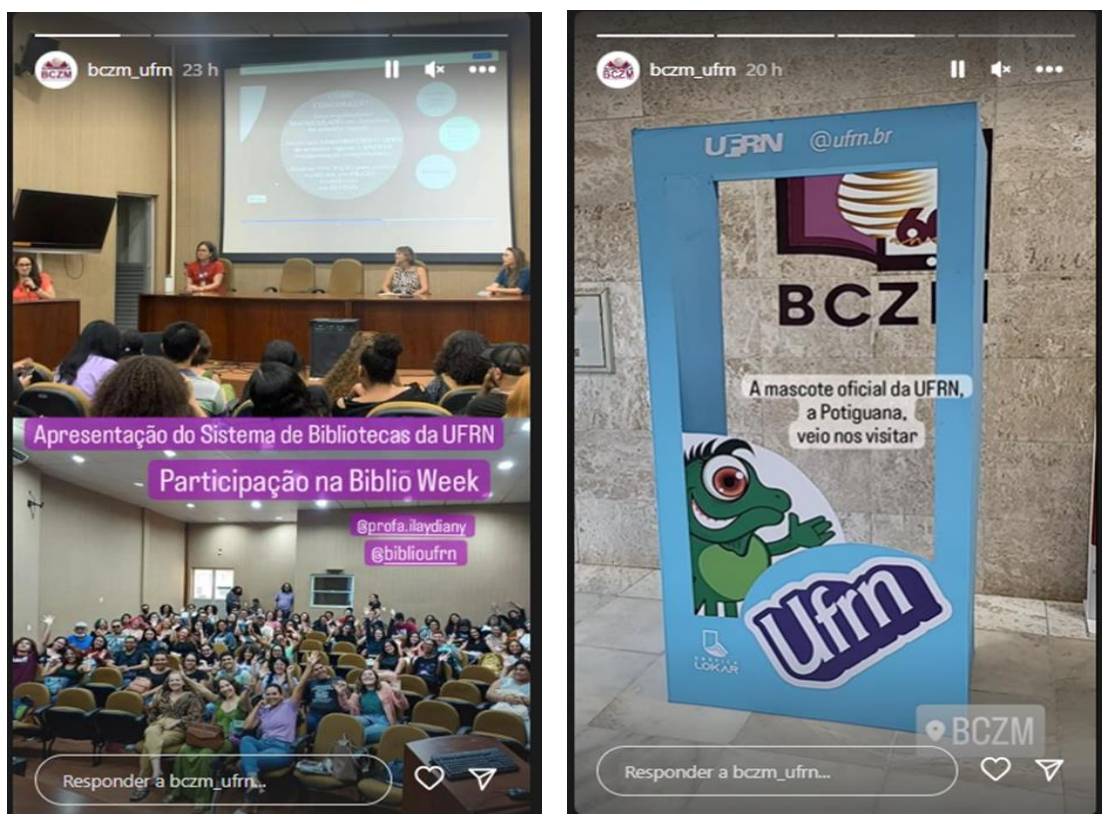


Fonte: @sibi.ufba (2023).

Para maximizar os benefícios do uso dessa **categoria M** no *Instagram*, as bibliotecas podem utilizar estratégias de *marketing* adequadas, como o uso de *hashtags* relevantes, destaque de artigos de interesse atual, compartilhamento de resumos e *links* diretos para os artigos ou para a própria revista, em concordância com o que pode ser observado na Figura acima. Além disso, a interação com autores e a promoção de eventos relacionados às publicações também podem aumentar o engajamento e a visibilidade dessas iniciativas, de maneira a fortalecer o papel das bibliotecas universitárias como recursos essenciais para a comunidade acadêmica.

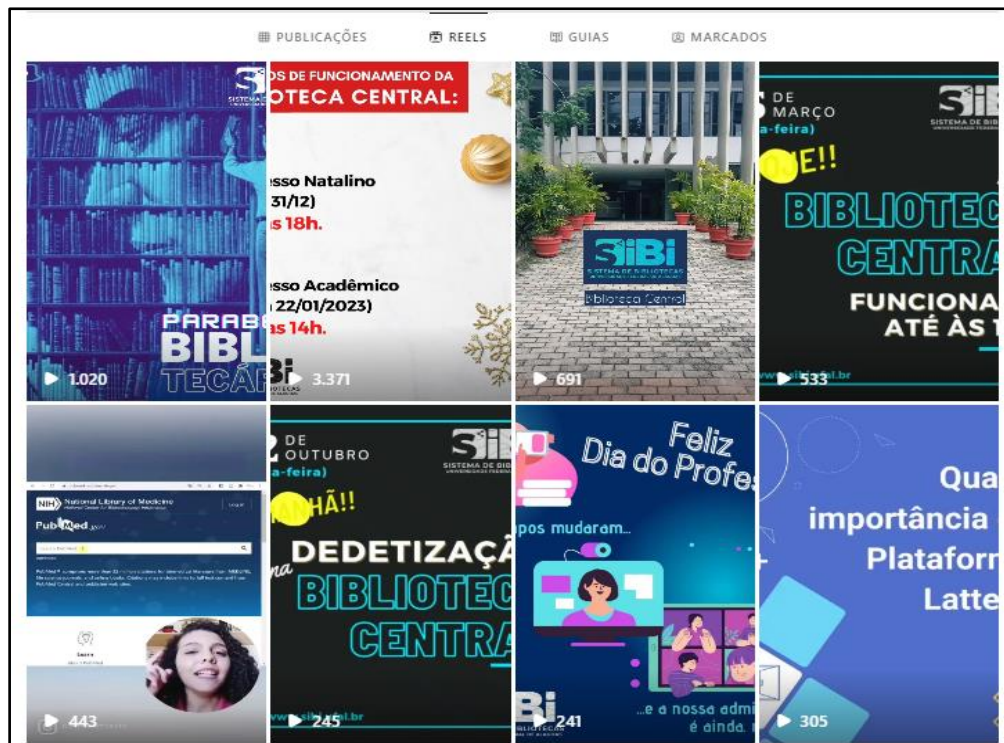
Por meio das observações sistemáticas realizadas nos perfis da amostra desta pesquisa, foi possível verificar que dentre os recursos disponíveis nesta plataforma digital e que vêm sendo mais utilizados pelas bibliotecas universitárias (com intensidades e frequências diferentes entre si) destacam-se as postagens no *Feed*, local onde são compartilhadas as fotos e vídeos desta mídia social, os *Stories* (conforme Figura 18) que são temporários e vêm sendo utilizados para destacarem eventos em tempo real, como *workshops*, palestras e eventos realizados pelas ou nas bibliotecas dentre outras atividades, os *Reels* (conforme Figura 19) que são vídeos curtos e dinâmicos e vêm sendo utilizados para disseminarem conteúdos educativos e envolventes como tutoriais de pesquisa, visitas guiadas, dicas de leitura e cultura, curiosidades acadêmicas, homenagens, etc.

Figura 18- Uso dos *Stories* pelas bibliotecas



Fonte: @bcm_ufrn (2023).

Figura 19- Uso dos Reels pelas bibliotecas

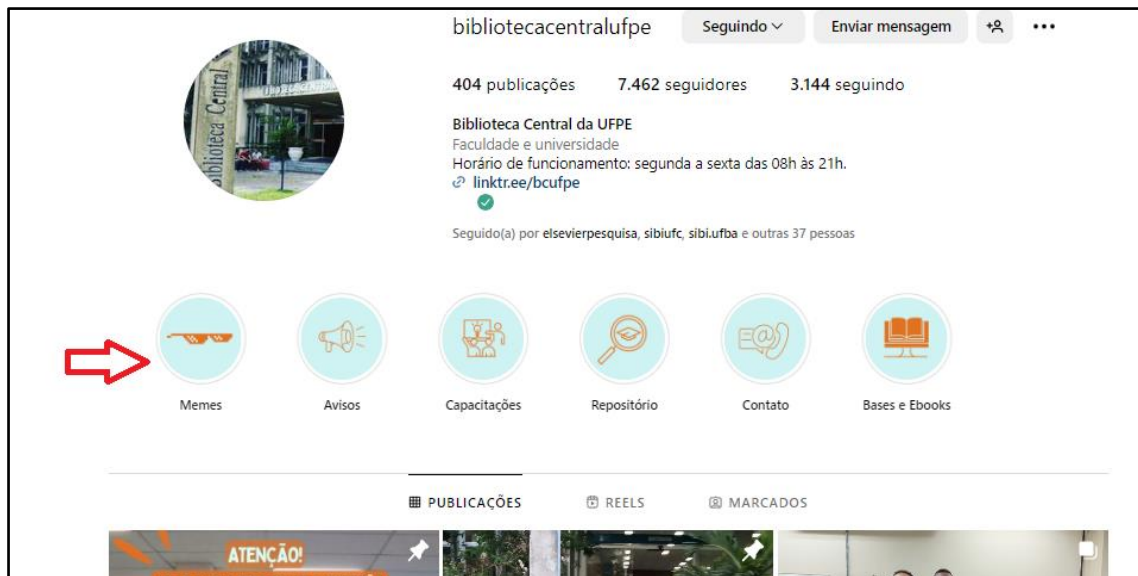


Fonte: @sibiufal (2023).

Diante do exposto, reitera-se o quanto as mídias sociais - dentre elas o *Instagram* - se constituem espaços propícios para as bibliotecas e seus profissionais ampliarem o alcance de suas ações mediadoras, na divulgação de produtos e serviços, no compartilhamento de informações pertinentes à comunidade, na pesquisa de interesses e na interação com usuários via mensagens compartilhadas e trocadas, entre outras ações que levam a inferência de que o *Instagram* pode se configurar um ambiente em que também podem ser realizadas ações de mediação da informação, como defende Almeida Júnior (2015), quando classifica as atividades mediadoras em diretas e indiretas.

Outros recursos utilizados pelas bibliotecas e que foram possíveis evidenciar nesta pesquisa são os “destaques das histórias”, que se constituem de conteúdos no mesmo formato do *story* e ficam fixados abaixo da biografia e antes do *Feed*, servindo como vitrine para atrair o público com seus principais conteúdos. As bibliotecas têm criado destaques para agrupar *stories* relacionando com tópicos como “Eventos”, “Avisos”, “Capacitações”, “Repositório” e “Bases e *Ebooks*”, a exemplo da Figura 20.

Figura 20- Uso dos “Destaques” no *Instagram*



Fonte: @bibliotecacentralufpe (2023).

Na figura acima, nota-se, também, o uso da *Bio* (como é chamada a biografia do perfil no *Instagram* que se constitui em um espaço reservado para apresentação do perfil) que vem sendo, comumente, usada também pelas demais bibliotecas analisadas, assim como a utilização do campo “site” com a disponibilização de um *linklist* (Figura 21) que serve para dar acesso rápido a outros sites, endereços eletrônicos ou dispositivos de comunicação em ambientes virtuais. No caso da Biblioteca Central da UFPE, o *linklist* redireciona os usuários para vários endereços como “Pesquisa de satisfação”, “Login Meu Pergamum”, “Pesquisa geral de livros físicos”, “Ebooks e ferramentas para pesquisa”, “Ficha eletrônica e Autodepósito de TCC”, “Ficha catalográfica”, “Repositório Digital da UFPE”, dentre outros, conforme figura 21 abaixo.

Figura 21- Linklist da @bibliotecacentralufpe



Fonte: @bibliotecacentralufpe (2023).

O uso de *hashtags*, que pode aumentar, significativamente, a visibilidade das postagens e ajudar os usuários a encontrarem, facilmente, conteúdos relacionados às suas áreas de interesse, o uso de enquetes e perguntas, que são recursos interativos que envolvem o público, assim como o uso de publicações colaborativas e legendas descritivas são outros dos diversos recursos disponíveis no *Instagram* e que as bibliotecas estão fazendo uso. Ao utilizarem tais recursos e estratégias de forma eficaz, as bibliotecas universitárias podem mediar informações de maneira mais eficiente, promovendo seus serviços e recursos de forma atrativa, visando atender às necessidades de sua comunidade usuária, consoante com o que defende Almeida Júnior (2015), ao apresentar o conceito de mediação da informação.

Com o intuito de mensurar indícios da produtividade e do alcance dos perfis que compuseram a amostra desta investigação, foi compilado no Quadro 5 (abaixo) o

número de publicações, de seguidores e de perfis seguidos pelas bibliotecas. Ressalta-se que este levantamento se deu até o dia 06 de setembro de 2023.

Quadro 5- Produtividade e alcance dos perfis das bibliotecas no *Instagram*

PERFIL	PUBLICAÇÕES	SEGUIDORES	SEGUINDO
@sibiufal	1.693	7.722	865
@sibi.ufba	1.490	3.811	508
@sibiufc	831	8.806	264
@sibiufs	747	2.125	383
@ufma_dib	739	2.409	391
@bibliocentralufpb	683	5.367	308
@bibliotecacentralufpe	404	7.461	3.147
@bccbufpi	338	3.769	452
@bczm_ufrn	391	7.191	104

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Diante dos resultados obtidos neste levantamento, foi possível observar que há uma variação significativa no número de publicações entre os perfis das bibliotecas, o que pode afetar o engajamento e o alcance do perfil no *Instagram*, pois perfis com mais publicações tendem a ter mais oportunidades de interação com o público e compartilhar mais informações que sejam relevantes para sua comunidade. No entanto, a qualidade do conteúdo também deve ser considerada.

O número de seguidores de um perfil pode refletir sua popularidade e seu alcance. Nesse sentido, os perfis com grandes números de seguidores têm a capacidade de alcançar um público mais amplo, o que pode ser benéfico para promover os produtos e serviços das bibliotecas. Já a decisão de seguir outras contas pode variar de acordo com a estratégia de cada biblioteca. Alguns perfis podem optar por seguirem um grande número de contas para aumentar a visibilidade, enquanto outros podem optar por seguirem apenas contas específicas de interesse acadêmico.

É pertinente enfatizar que esses dados, por si só, não são suficientes para tirar conclusões sobre o sucesso ou eficácia dos perfis investigados, pois é importante considerar outros fatores como o engajamento real com as publicações (curtidas, comentários, compartilhamento, salvamentos), a qualidade dos conteúdos, a consistência nas postagens e a adequação ao público-alvo das bibliotecas. No entanto, foi possível perceber que essas bibliotecas universitárias vêm utilizando o

Instagram como mais um canal de comunicação favorável para realizarem atividades voltadas para a mediação da informação e da cultura para com os sujeitos informacionais, haja vista que esta mídia social oferece uma plataforma dinâmica para construir relacionamentos e envolver os usuários de forma promissora e significativa no que tange, principalmente, ao acesso e uso da informação.

6.1.3 O uso do *YouTube* pelas bibliotecas universitárias do Nordeste brasileiro

As bibliotecas universitárias têm desempenhado um papel substancial na promoção da educação e na facilitação do acesso à informação e à cultura. Com o advento das TDIC e mais especificamente das mídias sociais, elas têm tido a oportunidade de expandir ainda mais sua influência e alcance, e o *YouTube* se apresenta como uma ferramenta poderosa nesse contexto. Por meio dessa plataforma digital, as bibliotecas universitárias podem, por exemplo, criar canais para divulgar seus recursos, serviços e eventos mediante vídeos que apresentem de forma atraente suas coleções, bases de dados, serviços de referência e atividades promovidas por elas, contribuindo e apoiando a comunidade acadêmica para aproveitarem ao máximo o que elas oferecem.

Além disso, o *YouTube* é uma plataforma excelente para a divulgação de tutoriais e treinamentos sobre como usar os recursos disponíveis nas bibliotecas, podendo abordar tópicos como pesquisa acadêmica, formatação de trabalhos, gerenciamento de referências, acesso à *ebooks*, dentre outros; conforme defende Webb (2007), ao enfatizar as potencialidades e usabilidades do *YouTube* ao ser adotado como ferramenta de promoção e orientação de serviços ofertados pelas bibliotecas. Com a adoção dessa ferramenta, as bibliotecas podem passar a promover a literacia informacional, de maneira a cooperarem com a formação de estudantes e pesquisadores mais críticos e informados, ultrapassando o espaço físico da biblioteca ao realizarem eventos virtuais como palestras, oficinas e mesas-redondas, transmitindo-os na modalidade síncrona (ao vivo) ou disponibilizando gravações nos respectivos canais, dentre outras possibilidades.

Diante do exposto, reiteramos que no âmbito das bibliotecas e demais unidades de informação, esta plataforma pode ser bastante útil para além de apresentarem os seus espaços, serviços e produtos que oferecem, facilitarem o encontro dos usuários com a informação e a cultura dos ambientes em que estão inseridos. Por meio dos

recursos disponíveis nesta mídia social, é possível, por exemplo, a realização de eventos de diferentes naturezas, bate-papos *online* com autores de livros, ou que visem a resolução de dúvidas ou a reflexão acerca de determinado tema de interesse de suas comunidades. Ressalta-se que o *YouTube*, cada vez mais, vem sendo utilizado por quem procura informações e esclarecimentos e os quais preferem o vídeo ao texto para satisfazer suas necessidades informacionais.

O efetivo uso do *YouTube*, por parte das bibliotecas, com o propósito de ampliar seus canais de interação com a comunidade usuária, se articula com a concepção de cibercultura apresentada por Lemos (2015), que a caracteriza como fenômeno que subsidia a formação de uma sociedade estruturada através da conectividade que se pauta no potencial comunicativo, a partir da troca de informações que ocorre de diferentes maneiras.

Na etapa de levantamento do uso das mídias sociais pelas bibliotecas que compuseram a amostra desta investigação, constatou-se que 90% desta amostra possuem canais no *YouTube*, o que corresponde a 7 (sete) sistemas de bibliotecas, incluindo 1 (uma) diretoria, e 2 (duas) bibliotecas centrais, conforme Quadro abaixo, que apresenta esses canais, as datas de criação dos mesmos e o quantitativo de vídeos disponibilizados nos respectivos perfis.

Quadro 6- Canais das bibliotecas, data da criação e quantidade de vídeos disponibilizados no *YouTube*

CANAL NO YOUTUBE	DATA DE CRIAÇÃO DO CANAL	QUANTIDADE DE VÍDEOS
@ufmadib	Outubro de 2020	431
@sibiufba	Janeiro de 2010	147
@bccbufpi	Julho de 2020	62
@sibiufalcanal	Abril de 2019	39
@bibliotecacentralufpb	Fevereiro de 2015	30
@SistemadeBibliotecasUFRN	Novembro de 2015	09
@sibiufs9308	Julho de 2021	07
@sibiufrpe1919	Fevereiro de 2015	04
@sibiufc	Abril de 2023	04

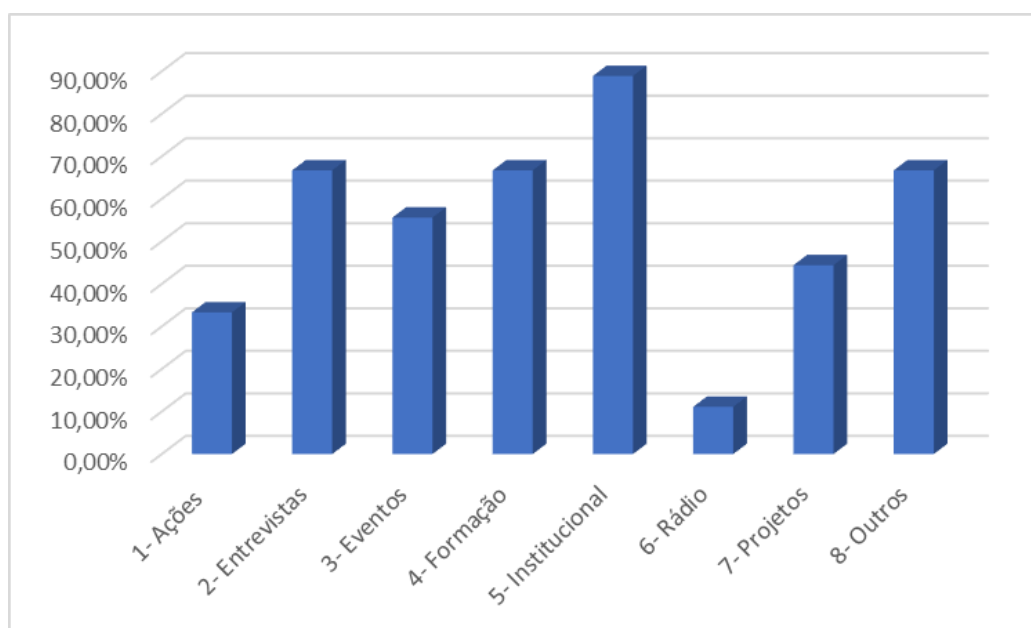
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Os dados apresentados indicam que o *YouTube* se configura como uma ferramenta relevante para as bibliotecas universitárias no que tange à comunicação com os sujeitos informacionais. Os canais das bibliotecas, investigadas nesta plataforma, possuem datas de criação que variam de 2010 a 2023, o que sugere que algumas bibliotecas adotaram essa mídia social mais cedo do que outras, possivelmente em resposta às tendências tecnológicas e às necessidades de comunicação da instituição ao longo do tempo. Pode-se destacar que 4 (quatro) desses canais foram criados durante o período pandêmico, momento em que as mídias sociais se fortaleceram como meios de comunicação e interação entre as organizações e seu público.

Percebe-se, também, que as bibliotecas apresentam uma variação significativa na quantidade de vídeos disponibilizados em seus canais. Essa variação pode ser atribuída a diferentes estratégias de uso da plataforma, recursos disponíveis ou metas institucionais. Alguns canais possuem um número considerável de vídeos, enquanto outros têm apenas alguns. Ressalta-se que com um número significativo de vídeos disponíveis, as bibliotecas têm a oportunidade de difundir informações sobre seus recursos, serviços, eventos e atividades, aumentando o potencial de disseminar conteúdos que sejam de interesse de sua comunidade usuária.

Com o propósito de verificar os conteúdos e as informações mediadas por essas bibliotecas através do *YouTube*, foram realizadas observações sistemáticas durante o mesmo período de análise das demais mídias investigadas e os resultados obtidos foram agrupados (conforme Gráfico 5 abaixo) e sistematizados em 8 (oito) categorias propostas por Muriel-Torrado e Gonçalves (2017), as quais foram descritas na seção metodológica da presente pesquisa.

Gráfico 5- Percentual geral de uso das categorias das publicações no *YouTube* pelas bibliotecas



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Diante desses dados obtidos, foi possível perceber que a categoria mais utilizada entre essas bibliotecas no *YouTube* foi a **categoria 5** (88,90%) que corresponde a vídeos que apresentam características dessas bibliotecas, das ofertas, instalações e serviços oferecidos. Seguido das **categorias 2** (Entrevistas- são vídeos onde aparecem os bibliotecários falando dos serviços das bibliotecas ou de assuntos correlacionados) que representou 66,7% dos conteúdos disponibilizados, assim como as **categorias 4** (Formação- são vídeos com tutoriais, dicas aos usuários para a utilização de um sistema, para conhecer melhor as regras ABNT, acessar a sua conta da biblioteca, etc.) e **categoria 8** (Outros- engloba os vídeos que não se referem às outras categorias, como homenagens, dentre outros) com o mesmo percentual de uso.

Ao retomar Milanesi (2002) quando versa sobre o papel do bibliotecário na formação de usuários, o autor destaca que é preciso levar esses sujeitos a problematizarem os conteúdos que acessam e as informações que se apropriam no âmbito dos diversificados canais. Portanto, reitera-se a relevância das bibliotecas passarem a utilizar com mais frequência o *YouTube* com o intuito de fomentar a educação de sujeitos informacionais e interagir com estes, levando-os a problematizar

e atribuir sentido às informações, instituindo assim, mais um canal de ações mediadores além das desenvolvidas na ambiência física da biblioteca.

A ênfase na apresentação institucional desses ambientes sugere que essas bibliotecas estão focadas em destacar sua presença e os recursos que oferecem aos usuários, conforme Figuras 22 e 23. Salienta-se que esse tipo de abordagem é importante, tanto para informar quanto para atrair potenciais usuários dos serviços ofertados. Conforme ressalta Recuero (2012), ao abordar algumas características das mídias sociais, a conversação promovida por elas permite que os indivíduos se conectem, se envolvam e colaborem de forma coletiva, fomentando a interação entre eles.

Figura 22- Vídeo de apresentação institucional



Fonte: *YouTube* SIBI UFAL (2019).

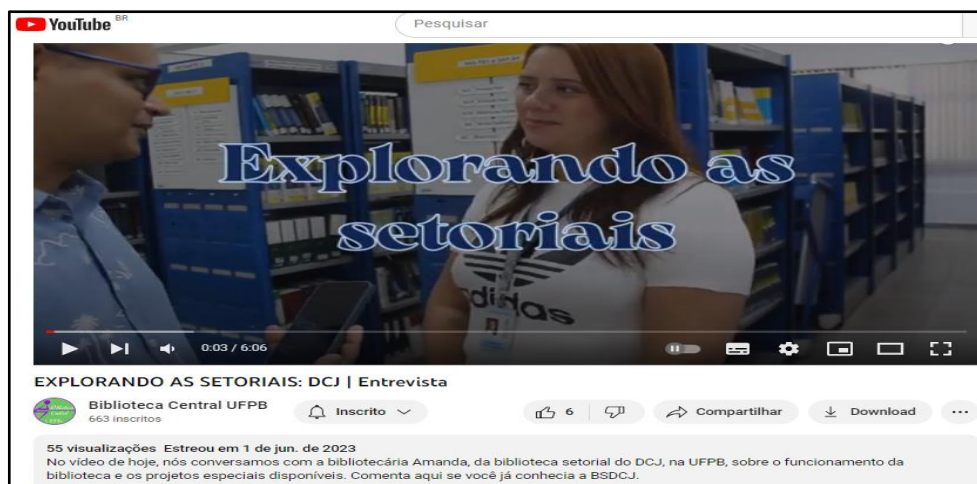
Figura 23- Vídeo sobre os serviços oferecidos



Fonte: *YouTube* SIBI UFBA (2020).

A **categoria 2**, que inclui entrevistas com bibliotecários abordando sobre os serviços ou assuntos correlatos, também é amplamente usada pelas bibliotecas investigadas. Isso demonstra uma tentativa de comunicação direta com os usuários, oferecendo informações detalhadas e uma visão mais pessoal dos serviços ofertados para sua comunidade, conforme Figura 24.

Figura 24- Entrevista com uma bibliotecária



Fonte: *YouTube* Biblioteca Central UFPB (2023).

Outra categoria comumente usada nos vídeos postados nos canais das bibliotecas investigadas nesta pesquisa é a **categoria 4** (Formação) que envolve tutoriais e dicas úteis para os usuários. Isso reflete, mais uma vez, o esforço desses equipamentos culturais em educarem seus públicos sobre como usar efetivamente os recursos e serviços oferecidos, a exemplo da Figura 25. Conforme expõe Dal Pian (2015), o *YouTube* oferece benefícios significativos ao permitir o compartilhamento de informações valiosas e promover a construção coletiva do conhecimento.

Figura 25- Tutorial de como realizar pesquisa pelo *Pergamum Mobile*



Fonte: *YouTube* SIB UFRPE (2019).

Os vídeos que se enquadram na **categoria 8** (Outros), abrangendo homenagens de diferentes tipos, demonstram uma preocupação das bibliotecas em criar conexões emocionais com seu público e evocar nele valores simbólicos carregados de indícios identitários e culturais. Essas homenagens podem representar uma maneira eficaz de mostrar apreço pelos usuários, funcionários ou figuras importantes da instituição. Além disso, evidenciam a versatilidade das bibliotecas em suas estratégias de engajamento, indo além da oferta de informações puramente acadêmicas, demonstrando uma compreensão ou atenção às diferentes dimensões das necessidades dos usuários, que incluem não apenas informações, mas também o reconhecimento e a valorização de seu envolvimento com a biblioteca.

Seguindo o percentual de uso das categorias pelas bibliotecas investigadas no *YouTube*, destacam-se as **categorias 3** (Eventos- vídeos que englobam seminários, congressos, ou outros tipos de encontros) com 55,60% de uso e a **categoria 7** (Projetos- que são intervenções institucionais realizadas sob um projeto da biblioteca, que não é parte da atividade habitual) com 44,40% de uso. A realização de eventos e palestras pelo *YouTube*, conforme Figura 26, representa uma estratégia promissora para as bibliotecas universitárias alcançarem um público amplo (devido ao acesso global possibilitado, participação remota, inclusão e acessibilidade, flexibilidade de horário e aumento da visibilidade desses espaços), oferecerem conteúdo de qualidade e promoverem a educação e a cultura, alinhando-se com a evolução das bibliotecas como centros dinâmicos de aprendizagem e de conhecimento.

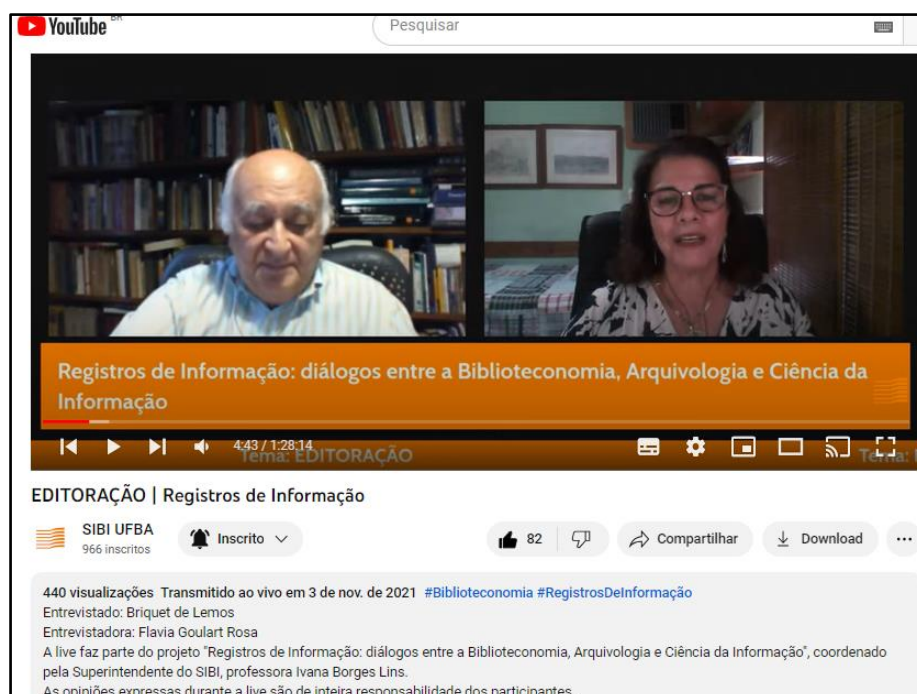
Figura 26- Minicurso promovido pelas bibliotecas no *YouTube*



Fonte: *YouTube* UFMA DIB (2021).

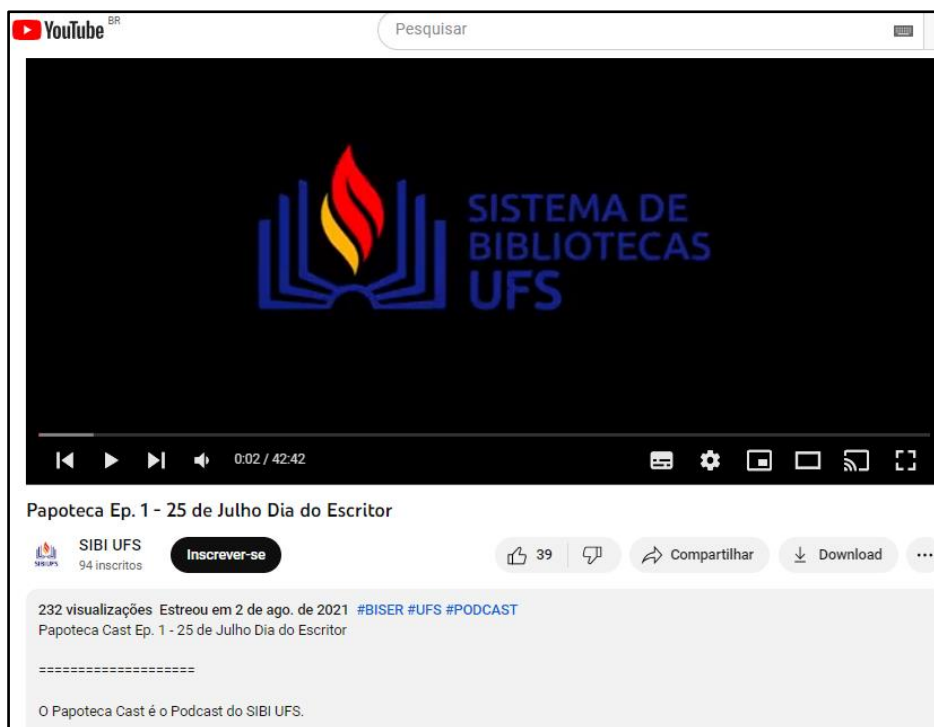
A inclusão de vídeos que condizem com a **categoria 7** (Projetos) sugere que as bibliotecas estão inovando e se envolvendo em iniciativas que vão além de suas atividades habituais. Esses projetos abordam questões específicas das instituições, buscam melhorar a experiência dos usuários na ambiência desses equipamentos e discutem assuntos que perpassam as diferentes áreas de atuação, a exemplo do projeto coordenado pelo SIBI UFBA que tem como título “Registros de informação: diálogos entre a Biblioteconomia, Arquivologia e Ciência da Informação”, conforme Figura 27.

Figura 27- Projeto sob coordenação do SIBI



Fonte: YouTube SIBI UFBA (2021).

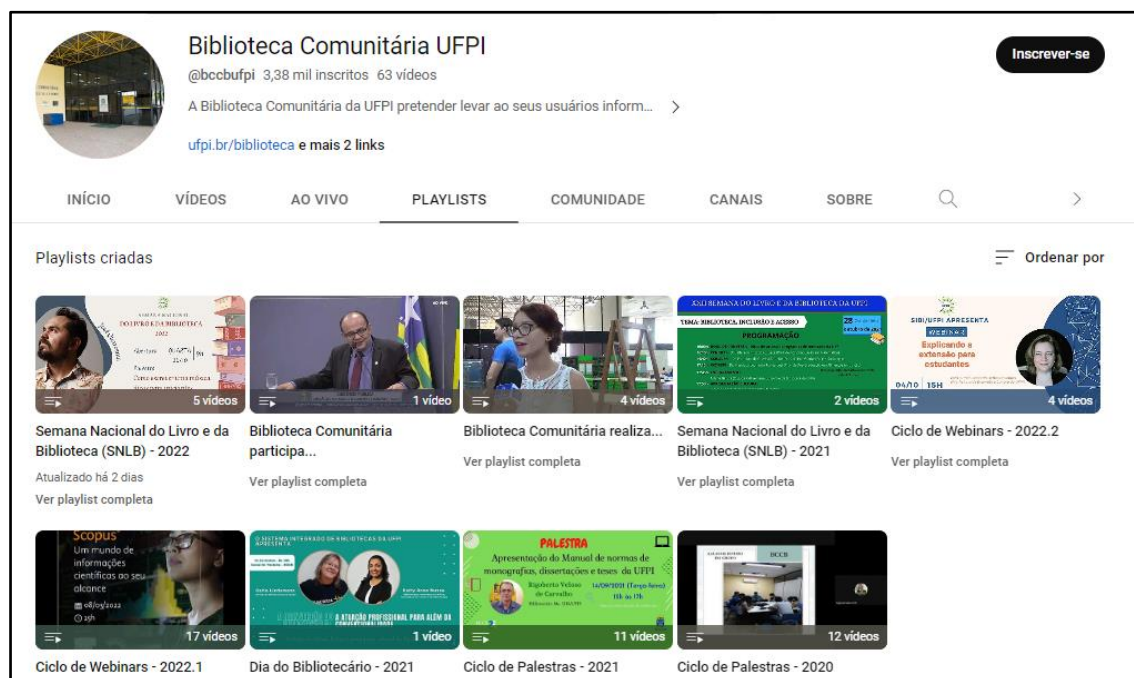
Dentre as categorias analisadas nesta mídia social, a única categoria que teve incidência em apenas uma (1) das bibliotecas investigadas foi a **categoria 6** (Rádio-que inclui a disponibilização de algum um programa de rádio). Esta categoria foi identificada apenas no SIBI da Universidade Federal de Sergipe, que disponibiliza em seu canal um *Podcast* (programa de áudio que pode ser ouvido pela Internet a qualquer hora) chamado “*Papoteca Cast*” (conforme Figura 28) em que são discutidos, em cada episódio, temas diversos relacionados às nuances que permeiam a prática da Biblioteconomia.

Figura 28- Programa de rádio do SIBI

Fonte: *YouTube* SIBI UFS (2021).

As bibliotecas universitárias investigadas vêm aproveitando diversos recursos disponíveis no *YouTube*, melhorando sua presença *online*, engajando a comunidade acadêmica e mediando informações úteis para seu público. Dentre esses recursos, foram possíveis identificar as transmissões ao vivo (*Live Streaming*) em que essas bibliotecas vêm realizando *lives* de eventos, palestras, oficinas e mesas-redondas, permitindo que os sujeitos participem em tempo real e interajam com os apresentadores e palestrantes; a criação de *Playlists* (conforme Figura 29), que auxiliam as bibliotecas na organização de seus vídeos e facilitam a navegação para os usuários que desejam encontrar vídeos específicos relacionados a tópicos, eventos ou recursos.

Figura 29- Playlists dos vídeos no YouTube



Fonte: YouTube BCCB UFPI (2023).

Além disso, os recursos de comentários e interação vêm sendo, comumente, utilizados pelas bibliotecas, permitindo que os usuários façam perguntas, compartilhem comentários e interajam com a biblioteca e outros espectadores, de maneira a fomentar discussões. A personalização de canais, adicionando logotipos, descrições e informações de contato, que ajudam a criar uma identidade visual, assim como a interação com outras mídias sociais (a exemplo do *Facebook*) ampliando seu alcance e envolvimento com os sujeitos foram outros recursos identificados nas observações realizadas.

Destarte, o uso estratégico do *YouTube* pelas bibliotecas universitárias representa uma evolução notável no cenário da disseminação da informação e conhecimento. Essa plataforma digital de informação e comunicação vem oferecendo às bibliotecas a capacidade de alcançar um público global, promover seus produtos e serviços, bem como enriquecer a experiência educacional e cultural dos sujeitos. Através da criação de conteúdo diversificado, desde tutoriais educativos até transmissão ao vivo de eventos científicos e acadêmicos, as bibliotecas vêm se posicionando como centros atuantes no que tange à construção coletiva do conhecimento no ambiente digital, contribuindo, significativamente, para a formação e o desenvolvimento de sua comunidade usuária e além.

Nesse sentido, a atuação das bibliotecas universitárias no *YouTube* pode refletir uma abordagem proativa na mediação da informação (Almeida Júnior, 2015), ao buscarem atender as necessidades informacionais de sua comunidade usuária cada vez mais diversificada e conectada digitalmente, haja vista que esta plataforma continua a desempenhar um papel essencial na democratização de acesso à informação e na promoção da cultura, de maneira a possibilitar que as bibliotecas universitárias capacitem os sujeitos com recursos valiosos e inspirem a busca pelo saber.

6.2 A mediação cultural pelas mídias sociais das bibliotecas universitárias

As bibliotecas universitárias, também, exercem uma função essencial na promoção e difusão cultural em ambientes acadêmicos, uma vez que servem como espaços de armazenamento, acesso, disseminação e compartilhamento de informações e de aspectos que caracterizam e singularizam o contexto social da comunidade em que estão inseridas, de forma a fomentarem e enriquecerem a experiência acadêmica e cultural dos sujeitos informacionais. Além de desempenharem seus papéis enquanto mediadores informacionais, os profissionais que atuam nessas instituições podem e devem atuar como mediadores culturais, conectando alunos, professores e toda a comunidade acadêmica com uma ampla variedade de recursos culturais que os aproximam, potencializando a prática educacional e contribuindo para o desenvolvimento intelectual dos indivíduos.

Esses equipamentos culturais, ao longo dos anos, vêm atuando como guardiões do conhecimento cultural produzido pelos diferentes grupos sociais, abrigando coleções que abrangem literatura, artes, história, filosofia, dentre outras disciplinas. Ofertam aos estudantes e pesquisadores acesso a obras que promovem a compreensão e a apreciação da cultura (seja ela local ou global), fornecendo recursos para aprofundarem estudos e desenvolverem perspectivas críticas. Os aspectos de cultura os quais nos referimos são aqueles que constituem as identidades dos sujeitos, portanto, se configuram indícios característicos de costumes comportamentais, crenças religiosas, tradições artísticas, traços culinários, enfim, são aspectos intangíveis projetados a partir da atribuição de valor simbólico a dado dispositivo ou fenômeno.

Diante disso, entendemos que os profissionais da informação ao realizarem suas ações mediadoras podem enaltecer e promover dispositivos informacionais que são carregados de valores simbólicos, considerados por sua comunidade usuária, bens patrimoniais.

Uma das maneiras pelas quais as bibliotecas universitárias vêm promovendo a cultura é por meio da realização de exposições e eventos culturais nesses espaços. Um dos propósitos desta pesquisa é reiterar a relevância dessas ações e que elas sejam realizadas de maneira consciente, que estejam articuladas aos traços identitários dos usuários, alcançando efetivamente as necessidades informacionais desses sujeitos e colaborando para ampliação do repertório cultural dos mesmos. Pois é a partir dessa ampliação de repertório que o sujeito passa a atuar de maneira protagonista no mundo.

As bibliotecas universitárias têm organizado e promovido exposições de arte, palestras, concertos e apresentações artísticas, exhibições de filmes e outros eventos que enriquecem a vida cultural do ambiente universitário. Isso não apenas amplia o acesso à cultura, como também cria oportunidades para a interação e o encontro entre os espectadores e os artefatos culturais disseminados, consoante com os conceitos de mediação cultural apresentados por Coelho (1997) e Rasteli e Cavalcanti (2014), ao definirem como processos que possibilitam essa aproximação entre os sujeitos e objetos culturais da esfera social.

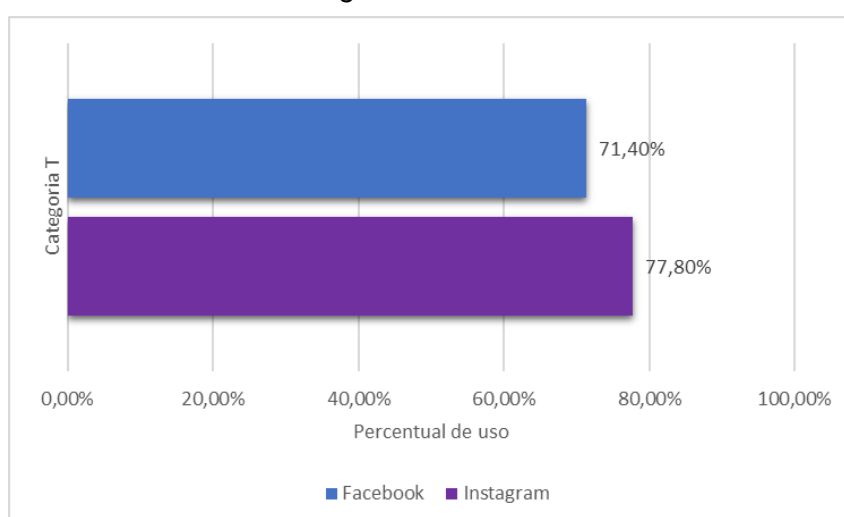
Com o advento das mídias sociais e das tecnologias digitais, essas bibliotecas têm tido a oportunidade de ampliarem suas ações enquanto ambientes mediadores de cultura, haja vista que com o uso de novas tecnologias de comunicação existe a possibilidade de alcançar os usuários potenciais, como também de estreitar os laços com os usuários reais a partir da interação e da participação ativa do público na criação de conteúdos, assim como no desenvolvimento de outras iniciativas relacionadas ao uso de ferramentas tecnológicas de interação.

Para que fosse possível alcançar parte do objetivo “b” da presente pesquisa, em que se propõe a descrever também as ações referentes a mediação cultural realizadas pelas bibliotecas universitárias que compõem a amostra da investigação nas mídias sociais, de maneira a evidenciar nuances de aspectos socioculturais que permeiam o contexto em que elas estão situadas, foi acrescentada, nas observações sistemáticas realizadas, a **categoria T** (Dicas culturais) dentre as categorias

analisadas tanto nos perfis do *Facebook* quanto do *Instagram* das respectivas bibliotecas.

Os resultados obtidos apontaram que o percentual de uso dessa **categoria T** pelas bibliotecas no *Facebook* foi de 71,40%. Já no *Instagram*, esse percentual aumentou para 77,80%, conforme o Gráfico 6. Isso demonstra que a categoria (Dicas culturais) vem sendo, amplamente, utilizada pelas bibliotecas universitárias, indicando que essas instituições reconhecem a importância de compartilhar conteúdos culturais com seus seguidores. Tal atitude sugere que elas estão focando em promover a diversidade cultural e o enriquecimento do conhecimento entre os sujeitos informacionais.

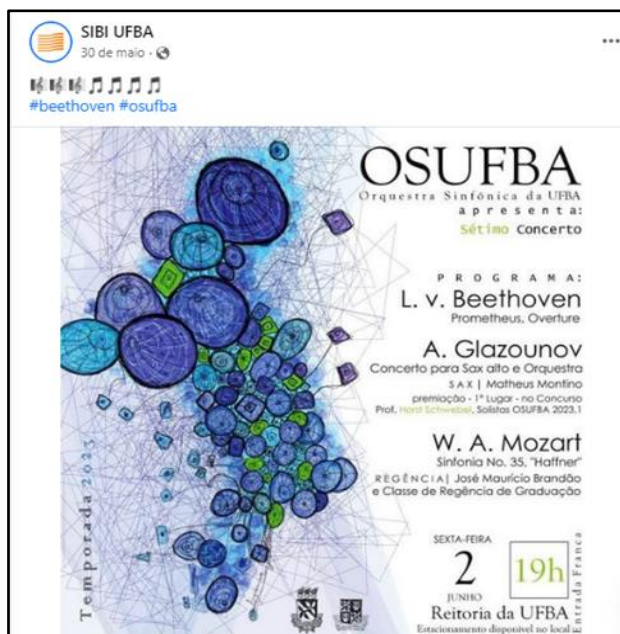
Gráfico 6- Percentual de uso da categoria T (Dicas Culturais) no *Facebook* e no *Instagram* das bibliotecas



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

As publicações que se classificam nesta categoria incluem recomendações de filmes, exposições, livros, eventos culturais, dentre outros. Por exemplo, o perfil do SIBI/UFBA, tanto no *Facebook* quanto no *Instagram*, divulga, periodicamente, dicas culturais para seus seguidores, a exemplo da Figura 30 em que é compartilhado a divulgação de um concerto de orquestra sinfônica da universidade na qual está inserida, e da Figura 31, em que é compartilhada uma dica de filme que envolve o contexto acadêmico.

Figura 30- Publicação de divulgação de evento artístico



Fonte: Facebook SIBI UFBA (2023).

Figura 31- Publicação sobre dicas de filmes



Fonte: Facebook SIBI UFBA (2022).

Nos perfis do SIBI UFBA nas mídias sociais, também, são disseminados conteúdos que aproximam os usuários de seu contexto sociocultural, a exemplo do *post* (Figura 32) em comemoração ao aniversário da cidade de Salvador/BA, onde, na

imagem, é possível identificar três mulheres negras caracterizadas de baianas de acarajé com suas vestimentas típicas no centro histórico da cidade em frente a uma igreja fazendo gestos de contemplação, o que enaltece a força da religiosidade que é tão característica da Bahia - o sincretismo religioso que aglutina o catolicismo e o candomblé - e fortalece a identidade cultural de sua comunidade usuária. Ao evocarem valores simbólicos e afetivos às ações mediadoras, como ressaltam Santos, Sousa e Almeida Júnior (2021), os profissionais da informação têm a possibilidade de criarem uma ambiência de acolhimento e pertencimento dos sujeitos envolvidos, de maneira a favorecer o processo de apropriação por parte dos mesmos.

Figura 32- Post de comemoração ao aniversário de Salvador



Fonte: Instagram SIBI UFBA (2021).

Por concordarmos que a informação é um objeto cultural (Lima; Perrotti, 2016), destacamos a relevância de realizar as ações mediadoras de maneira articulada, entrelaçando a mediação da informação e mediação cultural que contemplem os aspectos culturais e sociais dos usuários. Portanto, esse agir requer do bibliotecário uma postura de negociador cultural, atento a sua função social e aos reflexos de suas interferências na ampliação do repertório informacional e cultural dos sujeitos informacionais.

O perfil do SIBI UFC, também, tenta aproximar os sujeitos a objetos culturais por meio das dicas culturais compartilhadas, fazendo indicações de exposições em museus do estado do Ceará, conforme Figuras 33 e 34. Desta forma, busca-se promover e valorizar a cultura local da região, fortalecendo os laços entre a biblioteca e sua comunidade ao destacarem as oportunidades de aprendizado e apreciação disponíveis em seu entorno. De acordo com Silva (2015), a mediação cultural, também, é vista como construções e representações das interações sociais e artísticas, ocorrendo por meio de diálogos que dão significado e sentido à realidade humana.

Figura 33 e Figura 34- Publicações sobre exposições em museus I e II



Fonte: Facebook SIBI UFC (2022).

As bibliotecas investigadas, nesta pesquisa, têm promovido seus recursos e serviços de forma entrelaçada com aspectos socioculturais de sua comunidade usuária, a exemplo da Figura 35, que representa uma publicação da Biblioteca Central da UFPE em que promove o seu repositório institucional indicando obras que versam sobre o carnaval de Recife e Olinda, aproximando os sujeitos dos costumes e tradições regionais como os bonecos de Olinda, o Galo da madrugada, os blocos carnavalescos, etc. Alinhando-se, dessa forma, com o entendimento de Perrotti e

Pieruccini (2007), ao conceituarem a mediação cultural como processos cujos elementos constituem-se enquanto mecanismos de geração de sentido, ligados a uma dimensão simbólica que é compartilhada e construída na coletividade.

Figura 35- Publicação sobre o carnaval de Recife e Olinda



Fonte: *Instagram* Biblioteca Central UFPE (2023).

Além deste tipo de publicação, a Biblioteca Central da UFPE vem sugerindo para os seus seguidores, nas mídias sociais, indicações de filmes que foram produzidos baseados em livros, dando o título a essa série de “O livro que virou filme”, conforme Figura 36. Desta maneira, promove-se a literatura e o cinema de forma criativa e atrativa. Essa iniciativa indica que a biblioteca tem interesse em promover não apenas a leitura textual, como também a interação e o diálogo em torno de sua relação com a produção audiovisual, podendo atrair um público mais amplo (incluindo os amantes de cinema), ampliando o alcance e o impacto cultural da biblioteca por meio das mídias digitais.

Figura 36- Publicação da série “O livro que virou filme”



Fonte: *Instagram* Biblioteca Central UFPE (2022).

É possível observar, também na publicação acima, que a biblioteca ainda estimula a interação dos internautas ao questioná-los quem saberia informar o nome do filme a partir das informações fornecidas no *card*, e ao interrogar quem já assistiu ao filme e fomentar a participação do público sugerindo o registro das opiniões deles em relação à obra, buscando ampliar as maneiras de interação com os usuários.

As bibliotecas universitárias investigadas vêm divulgando, em seus perfis nas mídias sociais, diversas exposições artísticas e culturais promovidas nas ambiências desses equipamentos, a exemplo da Figura 37, em que a Biblioteca Comunitária Castelo Branco da UFPI compartilha com seu público a realização do I Sarau Cultural da biblioteca, promovido durante a semana do calouro da universidade na qual está inserida, levando para a sua comunidade usuária uma programação repleta de arte, música e poesia.

Figura 37- Publicação sobre o Sarau Cultural



Fonte: *Instagram BCCB UFPI (2022).*

Essa estratégia sugere que as bibliotecas não estão, apenas, cumprindo seu papel tradicional de guardar e disponibilizar informações, mas, também, atuando como centros culturais vivos e de engajamento comunitário. Ao compartilharem eventos dessa natureza, elas enriquecem a experiência dos estudantes e da comunidade em geral, promovendo a participação ativa e a apreciação dos aspectos culturais que caracterizam os sujeitos envolvidos nesses processos, criando uma atmosfera acolhedora e envolvente, assim como se fortalecendo enquanto espaços multifuncionais de aprendizado e cultura.

Outro exemplo de publicações que visam realizar a mediação cultural por meio das mídias sociais das bibliotecas universitárias investigadas é o que se observa na Figura 38, em que a Biblioteca Central da UFRN divulga a exposição do artista plástico potiguar J. Araújo, ocorrida nas instalações da biblioteca. Além de fortalecer a identidade e cultura local da região onde está situada, essas ações possibilitam a criação de um senso de pertencimento à comunidade e fomenta o orgulho cultural entre os estudantes e os membros da universidade, contribuindo, desta forma, para o estabelecimento de um ambiente informacional que reconhece a relevância dos processos criativos e artísticos de diferentes expressões e gêneros documentais e dá visibilidade para os sujeitos/autores/produtores que integram o espaço geográfico em

que a biblioteca está inserida. Isso pode refletir o desenvolvimento e/ou fortalecimento do sentimento de pertencimento da comunidade.

Figura 38- Publicação sobre a exposição do artista plástico J. Araújo



Fonte: Instagram BCZM UFRN (2023).

As mídias sociais têm se apresentado como espaços facilitadores para a aproximação dos sujeitos com objetos e artefatos culturais, constituindo-se, desta forma, como dispositivos mediadores tanto da informação quanto da cultura. Por exemplo, conforme Figura 36, a BCZM UFRN realiza, por meio de seu perfil no *Instagram*, *lives* com personalidades locais (sejam eles, poetas, cordelistas, historiadores, bibliotecários, etc.) que buscam refletir sobre questões que transversalizam a ambiência da biblioteca e a cultural regional. Neste caso em observação, esta ação fez parte da comemoração do mês do bibliotecário e foi integrada à programação de algumas entidades representativas de outros estados, como da Paraíba. Ao analisar as postagens, constatamos nos conteúdos produzidos elementos como temáticas, cores utilizadas, indumentárias, ilustrações, etc. que fazem alusão ao contexto cultural no qual as bibliotecas estão situadas, como, por exemplo, o chapéu de vaqueiro que aparece na Figura 39, acessório bastante utilizado na região geográfica que a biblioteca está inserida.

Figura 39- Publicação sobre a live “Conversa e Poesia sobre Biblioteca e Cultura”



Fonte: Facebook BCZM UFRN (2021).

Ao analisar as ações mediadoras e culturais no *YouTube* das bibliotecas investigadas, foi possível observar que nos canais, tanto do SIBI UFBA quanto da Biblioteca Comunitária da UFPI, são disponibilizados vídeos que oportunizam o encontro dos sujeitos com objetos e expressões culturais. Na Figura 40, percebe-se a criação de uma *playlist* no canal do SIBI UFBA intitulada “Exposições”, em que contém vídeos da exposição Jorge Amado - escritor baiano que tem sua obra marcadamente centrada nos traços culturais da Bahia -, da Semana de Arte e Cultura dos servidores da UFBA e da exposição virtual Luiz Gama - poeta, jornalista, advogado e escritor baiano, considerado uma das figuras pioneiras nos movimentos abolicionistas e republicanos no Brasil, que direcionou sua obra em favor da construção e ressignificação da identidade negra no País.

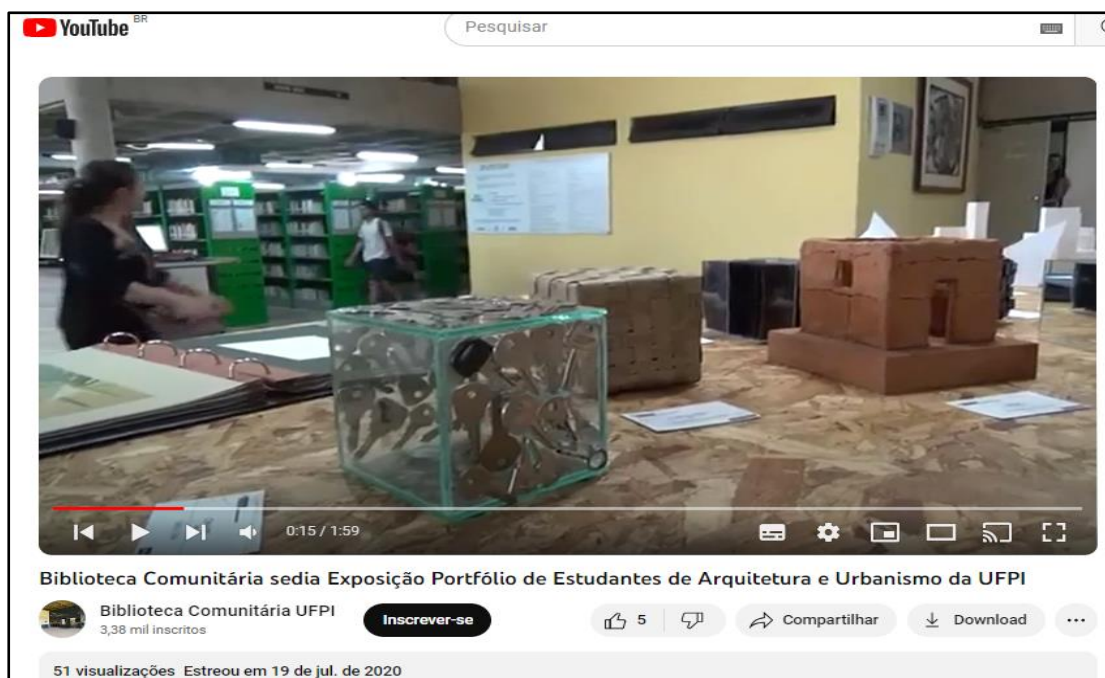
Figura 40- Playlist “Exposição” no YouTube



Fonte: YouTube SIBI UFBA (2023).

Na figura 41, observa-se que o canal da Biblioteca Comunitária do UFPI disponibiliza para seu público um vídeo que divulga uma exposição sediada na biblioteca que exhibe um *Portfólio* de estudantes do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade. Além de ampliar o reconhecimento e a visibilidade da produção acadêmica e artística dos alunos da universidade, a biblioteca ao disponibilizar conteúdo dessa natureza, destaca e celebra as conquistas e as contribuições dos estudantes, ao mesmo tempo, em que enriquece a experiência cultural e científica de sua comunidade. Outrossim, evidencia-se como as bibliotecas universitárias podem atuar como centros que promovem a cultura local e como parceiros valiosos no desenvolvimento e na divulgação do que vem sendo produzido pelos sujeitos.

Figura 41- Vídeo sobre a exposição do *Portfólio* de estudantes



Fonte: *YouTube* BCCB UFPI (2021).

Os dados apresentados indicam que as bibliotecas universitárias têm desempenhado um papel ativo na promoção da cultura e na mediação cultural por meio dos dispositivos virtuais de comunicação, a exemplo das mídias sociais, tornando-se agentes ativos tanto na disseminação da informação quanto da cultura no ambiente digital. No entanto, destaca-se a necessidade de que essas instituições busquem explorar mais os diversos recursos disponíveis nesses meios de interação, assim como compreender o potencial desses espaços como ferramentas facilitadoras em suas atividades que buscam realizar esses tipos de mediações, valorizando os traços culturais que caracterizam sua comunidade usuária. Isso requer um agir consciente do agente mediador, que realize ações diretas e indiretas (Almeida Júnior, 2015) que contemplem os valores simbólicos da comunidade.

Diante disso, surgem algumas proposituras, tais como: a criação de conteúdo multimídia que faça alusão aos traços identitários da comunidade, sendo esses aspectos expostos nas oficinas e ateliês virtuais, *webinars* interativos, *lives* com especialistas e artistas que possam auxiliar no aprimoramento da experiência cultural e educacional dos sujeitos. Além disso, a colaboração e parcerias estratégicas com outras instituições culturais podem expandir ainda mais o impacto das bibliotecas

universitárias no cenário cultural. A busca contínua por inovação e adaptação às mudanças tecnológicas permitirão que essas instituições continuem desempenhando uma função relevante na mediação da informação e da cultura no ciberespaço, atendendo às demandas em constante evolução de seus públicos.

6.3 As dimensões da mediação da informação e seu alcance nas mídias sociais

Tomando como referência os estudos de Gomes (2014, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020a, 2020b) acerca das dimensões da mediação da informação, segundo os quais a autora defende-as enquanto elementos constitutivos da ação mediadora, nesta subseção, adentraremos em uma análise relativa à identificação de indícios do alcance dessas dimensões nas atividades desenvolvidas pelos bibliotecários das bibliotecas universitárias nas mídias sociais, com o propósito de atender ao objetivo “c” da presente investigação. Para isso, buscou-se, por meio da aplicação do Questionário (Apêndice G) e das observações sistemáticas nos perfis virtuais da amostra da pesquisa, que foram guiadas por um Formulário (Apêndice F) estruturado em cinco eixos (correspondentes às cinco dimensões: dialógica, estética, formativa, ética e política), evidenciar alguns vestígios que indicassem a abrangência de tais dimensões nas ações executadas nos dispositivos virtuais de comunicação analisados.

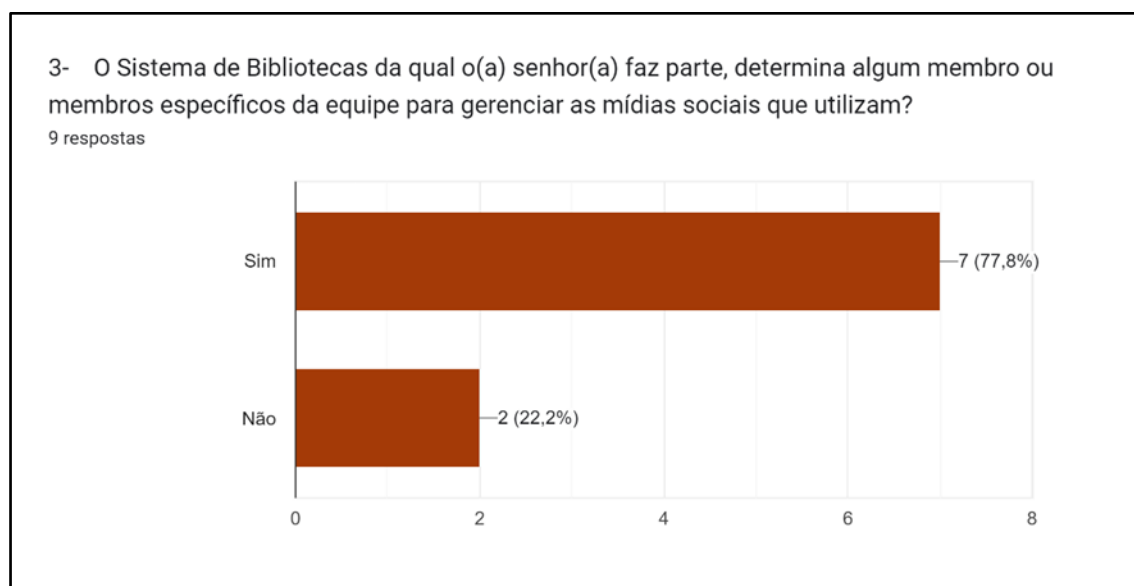
De acordo com Gomes (2020), a consideração e o abarcamento dessas dimensões por parte dos sujeitos e agentes que realizam ações mediadoras são cruciais para o exercício de uma mediação efetiva e consciente, com o potencial para promover a apropriação da informação, assim como para o fortalecimento e o desenvolvimento do protagonismo social, de modo a favorecer as lutas por inclusão e justiça social.

O questionário supracitado foi aplicado aos coordenadores dos sistemas e diretorias de bibliotecas das universidades do Nordeste brasileiro no dia 03 de julho de 2023 e reencaminhado no dia 25 de julho de 2023 para os que ainda não tinham dado algum retorno. Dentro desse período, foi possível obter respostas de 9 (nove) dos 10 (dez) sistemas que compuseram o escopo de investigação dessa análise.

Antes de aprofundarmos nas reflexões que tangenciam as discussões acerca das dimensões da mediação da informação nas mídias sociais dessas bibliotecas, uma das perguntas do questionário aplicado tratou de identificar a existência de algum

membro ou membros da equipe dessas bibliotecas para o gerenciamento dos perfis virtuais. Conforme Gráfico 7, 77,8% (que correspondeu à 7 sistemas) dos respondentes informaram possuir pessoas designadas para essa função de gerenciar as mídias sociais, e 22,2% (que correspondeu à 2 sistemas) informaram não possuir pessoas com esta atribuição.

Gráfico 7- Percentual de sistemas que possuem membros da equipe responsáveis pelo gerenciamento das mídias sociais



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Esses dados indicam uma tendência positiva no comprometimento do corpo técnico que atua nessas bibliotecas em utilizar efetivamente as plataformas digitais de informação e comunicação para se conectar com seu público. No entanto, a ausência de membros dedicados ao gerenciamento das mídias sociais pode representar uma limitação à capacidade das bibliotecas de aproveitarem, ao máximo, o potencial dessas plataformas para se envolverem com os sujeitos e promoverem seus recursos e serviços.

Dentre os que responderam possuir membros específicos no gerenciamento das mídias sociais, os respondentes informaram possuir, em sua maioria, um bibliotecário ou bibliotecária auxiliados por assistentes em administração, com as funções de elaborar postagens em múltiplos formatos, acompanharem as métricas disponíveis nas plataformas, realizarem atendimento ao público e acompanharem as interações. Essa composição da equipe sugere uma abordagem profissional e

especializada na gestão das mídias sociais, o que pode ser benéfico para garantir a eficácia dessas atividades.

Ao serem questionados quanto à periodicidade para o acompanhamento, publicação ou atualização dos conteúdos disseminados nas mídias sociais, o resultado das respostas foi compilado no Gráfico 8, demonstrando que a grande maioria das bibliotecas costuma usar essas plataformas diariamente (44,4%) ou semanalmente (33,3%).

Gráfico 8- Frequência de uso das mídias sociais pelas bibliotecas



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Tais dados podem indicar que essas bibliotecas e seus profissionais estão atentos às necessidades e expectativas de seus seguidores, estando prontas para compartilharem informações e conteúdos de maneira consistente, garantindo que seus perfis virtuais estejam atualizados para o seu público em intervalos regulares, o que sugere um compromisso com a comunicação contínua e a manutenção de um canal aberto para a interação com os sujeitos, de forma a estabelecer um relacionamento sólido com sua comunidade usuária.

Em relação à escolha das temáticas e assuntos abordados nesses espaços virtuais, alguns respondentes informaram que para além de disseminarem os produtos e serviços ofertados pelas bibliotecas, as ações são norteadas por documentos e decisões institucionais que buscam fornecer diretrizes para o uso das mídias sociais dessas instituições. Ressalta-se que essa atitude pode contribuir, significativamente,

para o sucesso das iniciativas de mediar a informação no ciberespaço por meio dessas plataformas, garantindo que elas estejam alinhadas com os valores, objetivos e missão das bibliotecas, ao mesmo tempo, em que oferecem informações úteis e relevantes para o público-alvo.

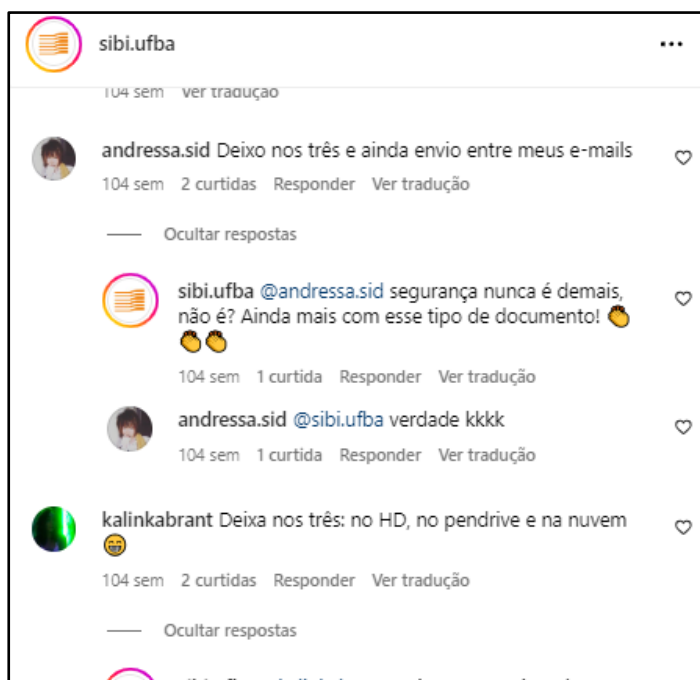
No que tange a indícios de alcances da **dimensão dialógica** (Gomes, 2014, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020a, 2020b) nas ações mediadoras realizadas pelos bibliotecários no âmbito das mídias sociais das bibliotecas investigadas, buscou-se definir alguns indicadores que pudessem fazer alusão ao que propõe o entendimento da autora, a exemplo do estabelecimento ou incentivo ao debate que propicia a dialogia - fenômeno intrínseco à ação de mediação da informação, dentre outros indicadores presentes no formulário norteador das observações realizadas.

Nesse sentido, no ambiente das mídias sociais, a dimensão dialógica da mediação da informação pode se manifestar quando ocorre um engajamento ativo e cooperativo entre os sujeitos, incluindo a ocorrência de diálogos, de debates construtivos e interações significativas por meio de comentários nas publicações, por exemplo, conforme Figuras 42 e 43. Essas ações possibilitam o alcance dessa dimensão, uma vez que, por meio do processo de comunicação e interação que se estabelece entre os sujeitos seguidores das mídias, a partir das postagens, é possível fomentar a dialogia, de maneira a apoiar a construção do conhecimento.

Figura 42- Publicação que estimula o diálogo



Fonte: *Instagram* SIBI UFBA (2021).

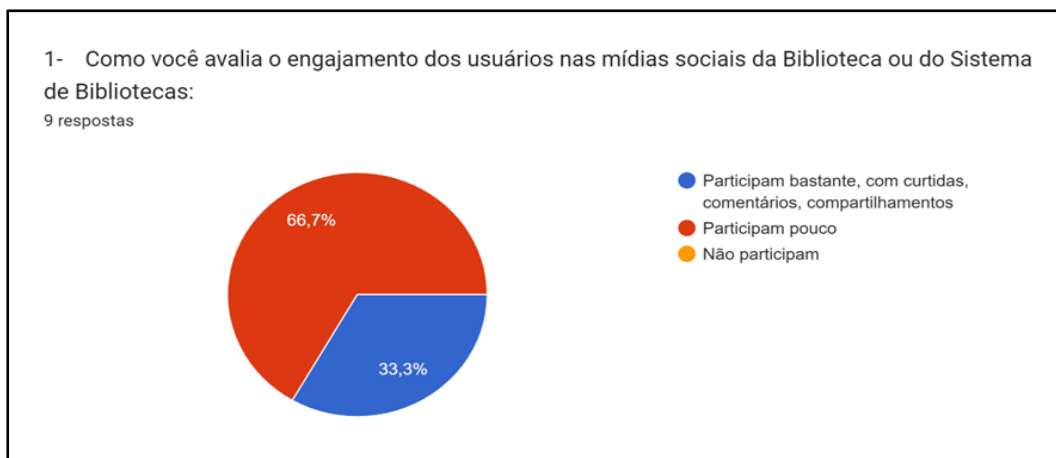
Figura 43- Comentários da publicação

Fonte: Instagram SIBI UFBA (2021).

A Figura 42 revela um estímulo eficaz à participação dos seguidores, evidenciado pelo engajamento em comentários relacionados ao tema apresentado no *card*. Esse estímulo cria um ambiente propício para a interação e o diálogo entre a biblioteca e o seu público, conforme demonstrado na Figura 43. Essa interação demonstra o compromisso da biblioteca em envolver seu público, ouvir suas opiniões e permitir que eles participem, ativamente, das discussões, de forma a constituir indícios de alcance da dimensão dialógica (Gomes, 2020) da mediação da informação.

Quando questionados de que forma os coordenadores dos sistemas das bibliotecas investigadas avaliam o engajamento dos usuários nas mídias sociais de seus respectivos perfis, 66,7% dos respondentes informaram que os usuários participam pouco (com curtidas, comentários e compartilhamentos), já o restante (33,3%) avaliaram ter uma participação bastante ativa dos seguidores, conforme Gráfico 9.

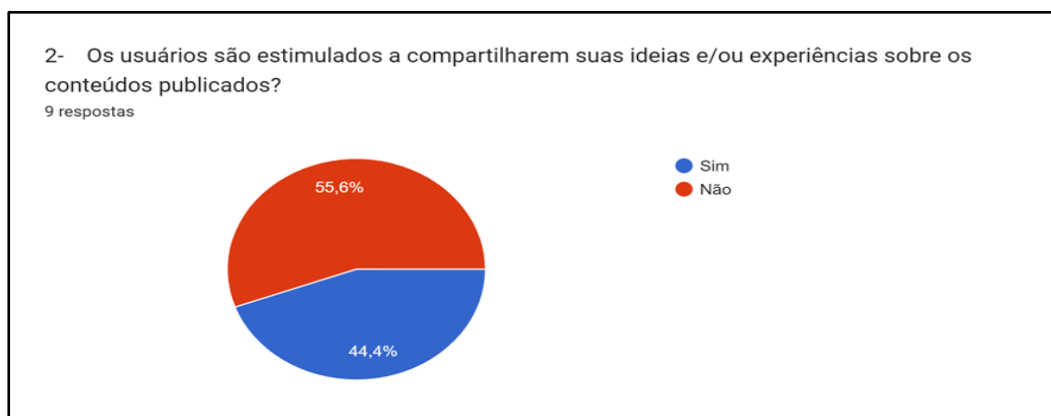
Gráfico 9- Avaliação dos coordenadores em relação ao engajamento dos perfis nas mídias sociais



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Esses dados podem indicar a necessidade de implementação de estratégias para aumentar o engajamento dos perfis e incentivar a participação mais ativa dos sujeitos. É importante que as bibliotecas avaliem, constantemente, o seu desempenho nas mídias sociais e busquem maneiras de aprimorar o envolvimento do público, o que pode envolver a criação de conteúdo mais envolvente, o estímulo à participação ativa e adaptação às necessidades dos seguidores. Conforme as respostas dos coordenadores, 55,6% dos mesmos informaram que os usuários não são estimulados a compartilharem suas ideias, opiniões ou experiências sobre os conteúdos publicados, conforme o Gráfico 10.

Gráfico 10- Estímulo à participação dos sujeitos nas publicações



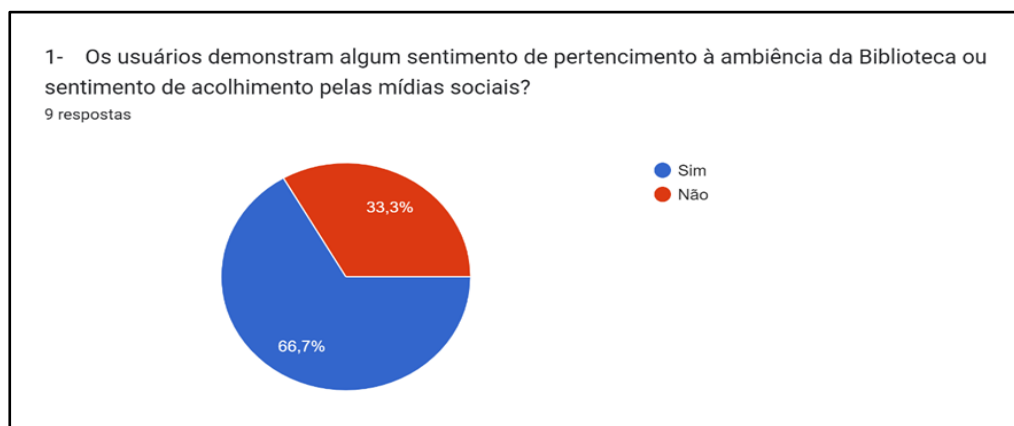
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Nesta perspectiva, nota-se a necessidade dos profissionais da informação que realizam atividades de mediação da informação nos ambientes virtuais, buscarem adotar recursos que potencializem a interação com os sujeitos e intensifiquem a comunicação e a interlocução entre os elementos coparticipes dessas ações, a fim de que se alcance a dimensão dialógica nesse processo.

A **dimensão estética** da mediação da informação, segundo Gomes (2014, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020a, 2020b), é alcançada quando os sujeitos se sentem acolhidos, ativos e participantes do processo comunicativo e criativo, resultando em um sentimento de prazer e satisfação ao fazer parte da ambiência dialógica e informacional. Essa ambiência deve ser concebida como um espaço aberto ao outro, acolhendo-o e promovendo a construção de laços de pertencimento, de maneira a favorecer a interação entre os sujeitos. Isso se relaciona com a necessidade de os sujeitos da ação comunicativa transitarem com certo “conforto emocional” nos ambientes informacionais, de maneira que favoreçam os processos de problematização e criação por parte dos usuários.

Dessa forma, foi questionado aos coordenadores dos SIBIs se eles possuíam a percepção de que os usuários demonstram algum tipo de sentimento de pertencimento ou de acolhimento à ambiência das bibliotecas pelas mídias sociais e se seria possível perceber alguma satisfação por parte dos sujeitos com os conteúdos publicados por essas mídias. Em resposta à primeira pergunta desse eixo, 66,7% dos respondentes informaram que sim, enquanto os outros 33,3% informaram que os usuários não demonstram esses sentimentos pelas mídias sociais, conforme o Gráfico 11.

Gráfico 11- Demonstração de algum sentimento de pertencimento ou acolhimento pelos usuários nas mídias sociais



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Dentre os exemplos dessas demonstrações citadas por alguns dos respondentes, podemos citar: “O Sistema de Bibliotecas já foi marcado em várias postagens que indicam satisfação dos usuários com serviços da biblioteca” (Respondente 1), “Sempre apresentam comentários carinhosos com relação à Biblioteca” (Respondente 2); “Algumas publicações têm grande repercussão com os alunos” (Respondente 3); “Eles falavam que estavam com saudades no período da pandemia, por exemplo” (Respondente 4); “Perguntando por algum serviço ou produto da biblioteca” (Respondente 5).

Algumas dessas demonstrações também podem ser percebidas através dos comentários dos sujeitos nas publicações das bibliotecas compartilhadas em suas mídias sociais, a exemplo da Figura 44, onde é possível observar o comentário, em destaque, de uma seguidora elogiando as publicações da página do SIBI/UFBA e expressando amar a referida página, seguida de dois *emojis* com carinho de apaixonada, demonstrando sua satisfação com a ambiência informacional.

Figura 44- Comentário de seguidor que demonstra pertencimento à ambiência informacional



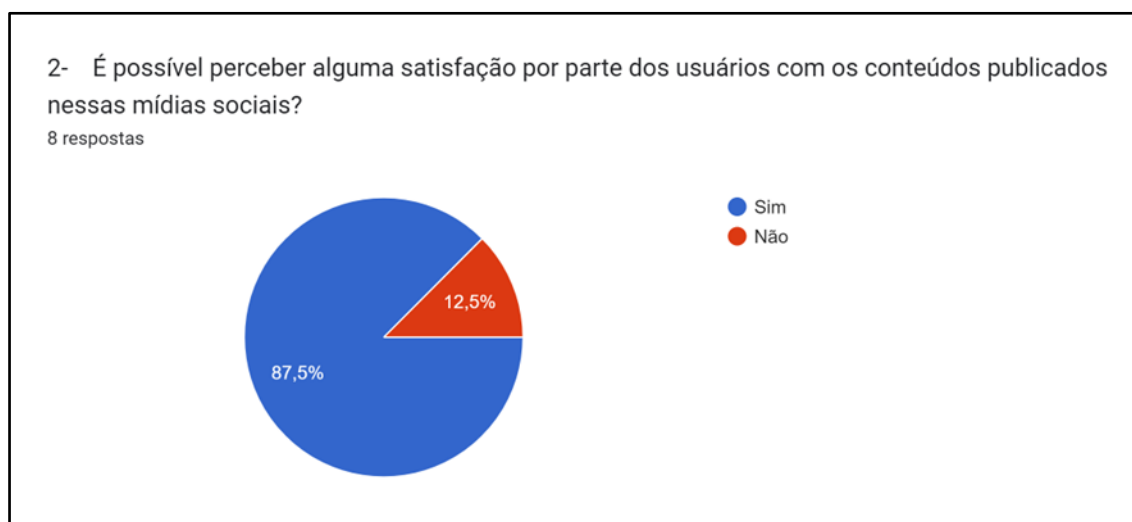
Fonte: Instagram SIBI UFBA (2022).

Entende-se que a fruição que gera essas emoções expressadas e compartilhadas pelos sujeitos - a exemplo da figura acima, se pauta no prazer e satisfação desses seguidores de fazerem parte do grupo ou da comunidade em que estão inseridos na *Web*, de modo que esse processo subsidia o desenvolvimento e/ou

fortalecimento do sentimento de pertencimento, evidenciando o alcance da dimensão estética da mediação da informação, haja vista que, conforme defende Gomes (2020), quando se constrói uma ambiência de acolhimento e conforto emocional, colabora-se para que todos possam sentir-se livres para interagirem, pensarem, expressarem-se e exercerem a crítica no encontro com a informação.

Em resposta à segunda pergunta deste eixo, que visou saber se os coordenadores percebiam alguma satisfação por parte dos usuários com os conteúdos publicados nas mídias sociais, 87,5% dos respondentes informaram que sim, enquanto 12,5% disseram que não percebiam, conforme o Gráfico 12.

Gráfico 12- Percepção dos coordenadores em relação à satisfação dos usuários



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Como exemplos dessas satisfações percebidas, os respondentes informaram observar esse sentimento por meio das curtidas, comentários e compartilhamentos, *emojis* que expressam satisfação, como corações e palmas, principalmente, elogios recebidos por meio dos *chats*, que demonstram a sensação de acolhimento e pertencimento, propícios ao alcance da dimensão estética (GOMES, 2020) da mediação da informação.

A **dimensão formativa**, de acordo com Gomes (2014, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020a, 2020b), se caracteriza pelo desenvolvimento de novos conhecimentos e saberes, tanto por parte dos sujeitos quanto do agente mediador. Estando estritamente ligada à experiência do encontro com a informação, esta dimensão revela-se no sentido de a mediação da informação possibilitar que os sujeitos

signifiquem e ressignifiquem suas ações, saberes ou conhecimentos prévios em constante processo formativo.

No contexto das mídias sociais, a dimensão formativa é favorecida quando os sujeitos têm a oportunidade de aprenderem e se desenvolverem por meio dos conteúdos disseminados. Isso pode ser observado mediante, por exemplo, a conteúdos educativos, tutoriais, discussões que estimulam a reflexão e a troca de conhecimentos. Quando as mídias sociais são usadas para compartilhar informações que promovem o aprendizado e a construção de novos saberes, a dimensão formativa tende a ser alcançada.

Nesse sentido, foi questionado aos coordenadores dos SIBIs se eles percebiam se os usuários demonstram algum tipo de mudança (seja intelectual, afetiva ou reflexiva) a partir do que puderam acessar ou conhecer por meio das publicações dos perfis das bibliotecas nas mídias sociais. Conforme o Gráfico 13, o total de 55,6% dos respondentes informou que não, enquanto 44,4% informaram perceber algumas demonstrações de mudança. Aqueles que responderam “SIM” a essa questão, exemplificaram de várias formas, como *“Indicação de que conteúdo compartilhado foi útil para sua formação. Ocorre, principalmente, com dicas de ferramentas.”* (Respondente 2); *“No chat nas capacitações, eles falam que os conteúdos os enriqueceram, que essas iniciativas são boas e o público que assiste on-line as lives é muito bom.”* (Respondente 4); *“Nas publicações sobre recomendações de literatura ou de filmes, temos retornos. Entendemos, entretanto, a necessidade de aprimorar essa forma de comunicar.”* (Respondente 5).

Gráfico 13- Percepção dos coordenadores em relação a algum tipo de mudança intelectual dos usuários

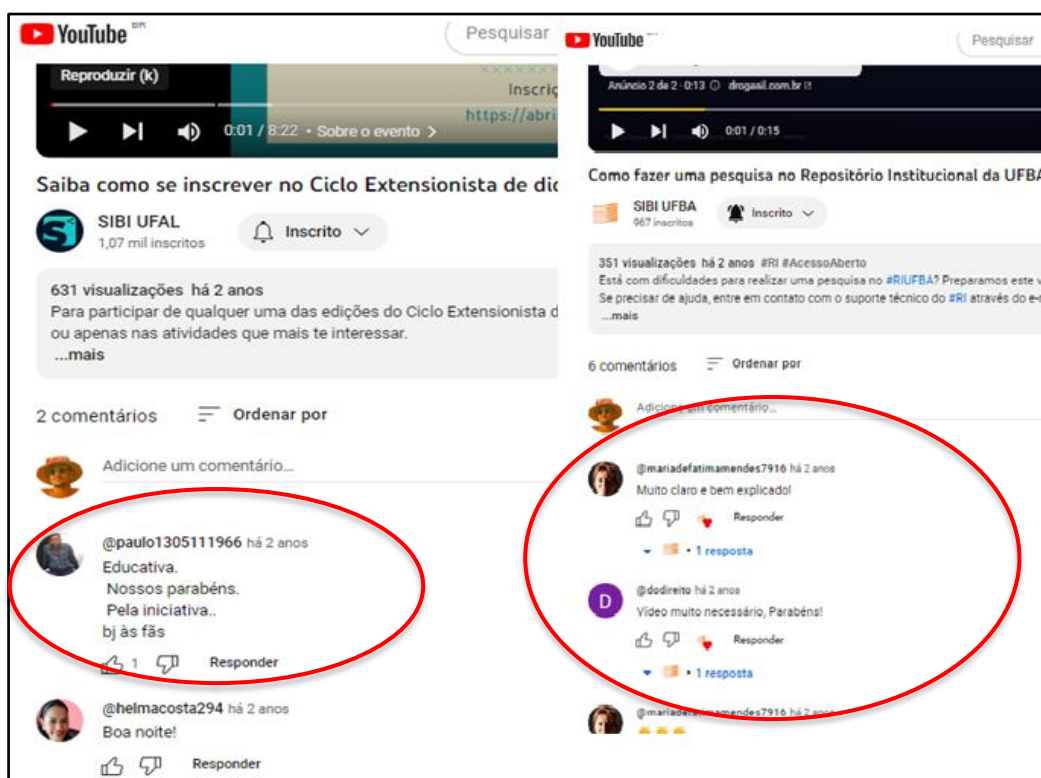


Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Os coordenadores que afirmam perceber mudanças nos sujeitos citaram exemplos que incluem o enriquecimento intelectual dos usuários, a utilidade das informações compartilhadas para sua formação, *feedbacks* positivos nas capacitações e *lives* realizadas (a exemplo da Figura 45, em que é possível observar comentários nesse sentido), bem como retorno sobre recomendações de conteúdo. Esses exemplos demonstram como as mídias sociais estão contribuindo para a formação e o desenvolvimento do seu público, de forma a propiciar o alcance da dimensão formativa (Gomes, 2020) da mediação da informação.

No entanto, alguns coordenadores reconhecem a necessidade de aprimorar a forma como comunicam e compartilham informações nas mídias sociais para maximizar o impacto formativo. Isso sugere uma preocupação em melhorarem as estratégias de mediação da informação para atenderem às necessidades do público no espaço virtual, de forma a investirem e aprimorarem suas abordagens para enriquecerem ainda mais a experiência informativa e educativa de sua comunidade usuária.

Figura 45- Comentários e *feedbacks* positivos para a formação dos sujeitos



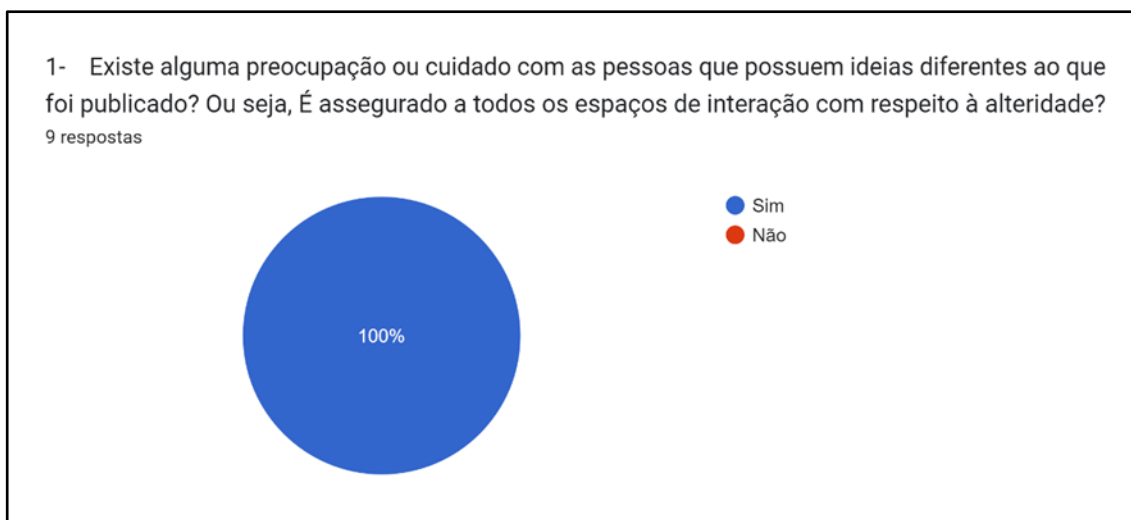
Fonte: *YouTube* SIBI UFAL (2021); SIBI UFBA (2021).

Reitera-se, dessa forma, que quando os sujeitos são estimulados, por meio das publicações nas mídias sociais, a transformarem ou expandirem seus repertórios informacionais e culturais, apropriando e ressignificando as informações que têm acesso, pode-se identificar indícios de alcance da dimensão formativa da mediação da informação, favorecendo que tais sujeitos passem a refletir, criticamente, sobre a informação e redimensionar suas percepções de mundo e seus conhecimentos adquiridos.

A **dimensão ética**, no entendimento de Gomes (2014, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020a, 2020b) deve ser considerada o eixo articulador das demais dimensões nas ações mediadoras, demandando do agente mediador um olhar cauteloso e cuidadoso em suas ações, de forma a considerar a transparência, o respeito e a igualdade de direitos entre os sujeitos. Uma conduta ética é, nesse sentido, fundamental para um agir consciente que vise interferir sem manipular (Almeida Júnior, 2015), adotando princípios que inibam a censura e considerem a liberdade de pensamento.

Nas mídias sociais, a transparência nas comunicações é essencial, pois os usuários esperam informações precisas e confiáveis, exigindo que os agentes mediadores comuniquem de maneira honesta, evitando a disseminação de informações enganosas ou tendenciosas. Além disso, as mídias sociais são ambientes diversificados, onde pessoas de diferentes origens, crenças e opiniões se reúnem. Com isso, a dimensão ética requer que os mediadores respeitem a diversidade de perspectivas e tratem todos os sujeitos de forma equitativa, criando uma ambiência inclusiva e respeitosa.

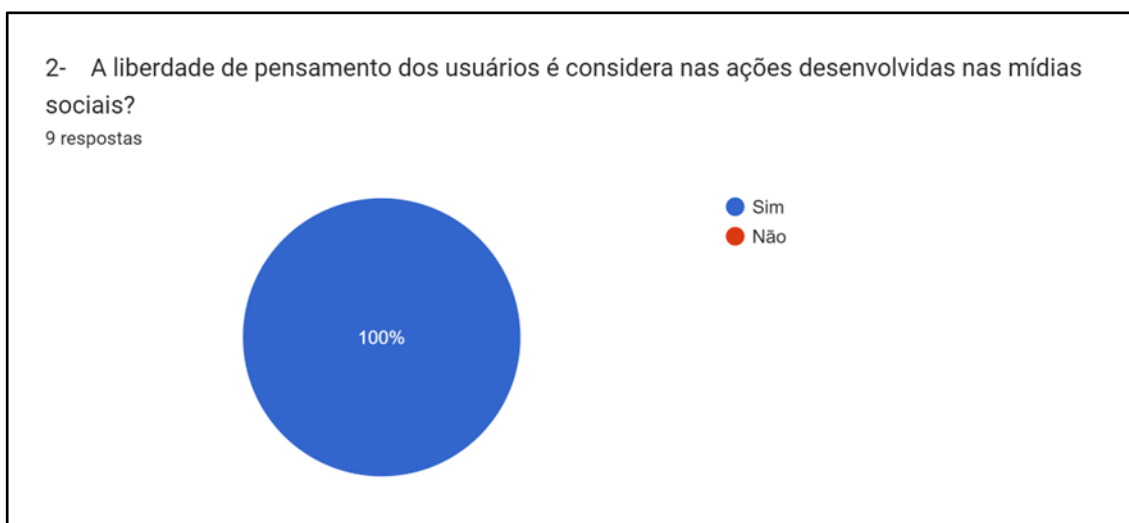
Em vista disto, foi questionado aos coordenadores se existe alguma preocupação ou cuidado com as pessoas que possuem ideias diferentes ao que são publicados nas mídias sociais, assegurando a todos os espaços de interação com respeito à alteridade. O resultado obteve a unanimidade (100%) dos respondentes informando existir esse cuidado, conforme o Gráfico 14. Isso demonstra um compromisso firme em criar e estabelecer ambientes dialógicos onde a troca de ideias e o debate construtivo possam ocorrer de maneira democrática, respeitando e valorizando os diferentes pontos de vistas dos sujeitos.

Gráfico 14- Existência do cuidado com a diversidade de ideias

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

As formas com que esse cuidado se estabelece, nas mídias sociais, foram citadas pelos respondentes, a exemplo das seguintes falas: “*Monitorando e respondendo, com explicações claras, determinados comentários.*” (Respondente 1); “*Temos cuidado com o público em geral e buscamos manter o respeito com todas as pessoas, tanto quem trabalha nas redes como quem acessa os conteúdos. Não agimos com personalidade, sempre no impessoal.*” (Respondente 2); “*Observa-se a responsabilidade social de termos um perfil numa mídia de alcance mundial, sendo a biblioteca um órgão administrativo institucional.*” (Respondente 3); “*Respeitamos a liberdade de expressão*” (Respondente 5); “*Os canais de comentários são mantidos abertos e as respostas que requerem respostas são respondidas, as demais são mantidas publicadas.*” (Respondente 8).

A ética também perpassa pela importância da liberdade de pensamento e de expressão. Sob esse viés, as bibliotecas devem assegurar o direito dos sujeitos de expressarem suas opiniões e ideias, desde que estejam dentro do limite da civilidade e do respeito mútuo. Nesse sentido, os coordenadores também foram questionados se a liberdade de pensamento era considerada nas ações e atividades desenvolvidas nas mídias sociais. As respostas também foram unânimes (100%), informando considerarem o livre pensar, conforme o Gráfico 15.

Gráfico 15- Consideração da liberdade de pensamento nas mídias sociais

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Dentre os comentários para essa questão, destacam-se: *“Sim, porém não são tolerados comentários com teor preconceituoso, homofóbico, misógino, sexista, racista, capacitista, etc.”* (Respondente 1); *“Essa consideração ajuda a nortear o nosso trabalho nas mídias do sistema.”* (Respondente 2); *“Entendemos que o pensamento diferente abre oportunidades de (des)(re)apre(e)ndizado. De forma que as perspectivas e opiniões registradas nos ajudam a avaliar as nossas próprias visões e identificar o que é cabível e importante ser adequadamente tratado sob o ponto de vista da IES na sua atuação, inclusive na posição de observar o respeito ao livre pensamento e posicionamento em todos os campos de expressão dos seres, mantendo a cordialidade no canal.”* (Respondente 3). Neste ponto, é válido ressaltar o pensamento de Almeida Júnior (2015), quando reflete que o agir mediador requer interferência por parte do profissional da informação e que este deve garantir que nesse processo não ocorra a manipulação.

Observa-se, dessa maneira, que a dimensão ética (Gomes, 2020) da mediação da informação tende a ser alcançada nos processos dialógicos e interacionistas realizados nas mídias sociais pelos bibliotecários das bibliotecas universitárias que fizeram parte da amostra de investigação dessa análise. Esse desempenho demonstra não apenas a consciência da importância da ética nas interações virtuais, mas também o compromisso dessas instituições em criarem uma ambiência acolhedora que promova a diversidade de perspectivas. Ressalta-se que essa abordagem ética fortalece a credibilidade das bibliotecas, fomenta o engajamento do

público e contribui para a construção de uma comunidade informacional saudável e democrática no ciberespaço.

No que tange à última dimensão da mediação da informação (**a dimensão política**) que, de acordo com Gomes (2014, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020a, 2020b), é alcançada quando as demais dimensões são atingidas e articuladas de forma consciente, buscou-se investigar alguns indicadores que sinalizassem o alcance desta dimensão, a exemplo da tomada de consciência por parte dos sujeitos como seres políticos que assumem suas posições enquanto protagonistas sociais, estando a favor da construção do processo humanizador do mundo. Para a autora, a dimensão política da mediação da informação é entendida como uma instância em que os sujeitos da ação mediadora tomam consciência de si e da sua realidade, exercitam a crítica e adotam uma postura mais protagonista na sociedade.

Por se constituir em uma análise que demanda uma profundidade maior nas investigações, pelo fato de depender dos próprios sujeitos que, na presente pesquisa, não foram incluídos como fonte de coleta de dados, foi questionado aos coordenadores se os usuários refletiam sobre alguma tomada de consciência a partir dos comentários nas publicações das mídias sociais. Em resposta, 77,8% informaram que não, enquanto 22,2% informaram que conseguem perceber essa conscientização dos sujeitos, conforme o Gráfico 16.

Gráfico 16- Índícios de tomada de consciência por parte dos sujeitos informacionais



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Embora a maioria significativa dos coordenadores não perceba uma conscientização evidente entre os sujeitos com base nas interações nas mídias sociais, ainda há uma parcela minoritária que observa casos em que os usuários refletem e demonstram uma tomada de consciência. Por outro lado, entende-se que a mediação realizada pelos profissionais da informação, nesses espaços virtuais, pode estar ocorrendo de forma inconsciente, fazendo com que as interações e os conteúdos sejam gerados sem a intenção explícita de promover essa conscientização. Isso pode refletir a necessidade de um maior amadurecimento e compreensão do real potencial das ações e atividades de mediação da informação nas mídias sociais das bibliotecas universitárias.

Salienta-se que a dimensão política da mediação da informação nas mídias sociais torna-se aparente quando os sujeitos são empoderados para tomar consciência de questões políticas, sociais e culturais, participar, ativamente, de debates e agir como agentes de mudança. Quando esses espaços são usados como instrumentos de promoção da cidadania ativa e de participação política, essa dimensão pode ser alcançada. Portanto, essa dimensão é alcançada pelo agente mediador quando ele se expressa politicamente em suas práticas mediadoras, transparecendo em seu agir - mesmo que seja no contexto institucional - uma postura de enfrentamento que objetiva a emancipação e tomada de consciência por parte daqueles que integram a comunidade usuária.

Nesse processo de investigação de indícios do alcance das cinco dimensões da mediação da informação nas atividades desenvolvidas pelas bibliotecas universitárias do Nordeste brasileiro, a partir das mídias sociais, pode-se identificar alguns elementos que impulsionam a cobertura de tais dimensões. Essas dimensões fornecem um alicerce para uma atuação consciente por parte dos mediadores, colaborando para que os sujeitos informacionais se desenvolvam de maneira crítica e criativa, de forma a possibilitar uma conduta protagonista de tais indivíduos.

Desta maneira, quando os agentes mediadores realizam a mediação da informação de forma consciente, considerando as dimensões dialógica, estética, formativa, ética e política, de modo articulado, podem propiciar e favorecer o desenvolvimento pleno e significativo dos sujeitos que fazem parte de todo esse processo, promovendo a inclusão, a justiça social e o protagonismo na sociedade contemporânea. E quando as mídias sociais são utilizadas de maneira a promover o diálogo construtivo, o aprendizado, o respeito ético e a participação cidadã, elas se

tornam poderosas ferramentas para a mediação da informação em consonância com as dimensões propostas por Gomes (2020).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa abordou as mídias sociais enquanto dispositivos que podem facilitar e potencializar, na sociedade contemporânea, as atividades de mediação da informação e mediação cultural pelas bibliotecas universitárias. Em uma era digital, onde a comunicação e o acesso ao conhecimento ocorrem cada vez mais através de plataformas virtuais, nota-se que as bibliotecas têm se adaptado para atender às necessidades dos sujeitos informacionais. Neste contexto, as mídias sociais vêm desempenhando um papel fundamental, permitindo que esses equipamentos culturais promovam seus serviços, coleções e recursos, bem como compartilhem conteúdo relevante para a comunidade acadêmica. Além disso, essas plataformas ampliam o alcance das bibliotecas universitárias, tornando-as mais acessíveis e interativas, ao mesmo tempo, em que oportunizam a disseminação da cultura e do conhecimento, de modo a fortalecerem sua função como instituições de apoio à educação superior no País.

Diante desta perspectiva, buscou-se averiguar como as bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro estão utilizando as mídias sociais para realizarem as ações que tangem à mediação da informação e mediação cultural com o seu público. As análises e reflexões desenvolvidas, nesta pesquisa, sinalizam algum progresso na utilização dos ambientes virtuais pelos sistemas de bibliotecas e/ou bibliotecas centrais de instituições de ensino superior no Brasil. Isso é particularmente evidente no que diz respeito à iniciativa de adotarem tais ferramentas como dispositivos e meios de comunicação para disseminarem informações e promoverem a interação entre os sujeitos no ciberespaço. Nesse sentido, essas bibliotecas universitárias demonstraram estar alinhadas com as tendências contemporâneas de comunicação e de relacionamento, aproveitando as mídias sociais como canais eficazes para promover o acesso à informação e estabelecer uma conexão mais estreita com a sua comunidade, fortalecendo seu papel na sociedade enquanto ambientes mediadores do conhecimento e da cultura.

No entanto, a partir dos resultados apresentados, foi possível observar o uso limitado, por parte de algumas bibliotecas que compuseram a amostra da investigação, do potencial de comunicação oferecido pelas ferramentas disponíveis nas mídias sociais analisadas. Ficou evidenciado que elas ainda não estão aproveitando, ao máximo, esses dispositivos para ampliarem ou revitalizarem

atividades que promovam a discussão e a interação entre os diversos sujeitos envolvidos. Essa constatação ressalta a necessidade de uma maior atenção e investimento no desenvolvimento de estratégias de mediação que visem maximizar o impacto dessas bibliotecas na promoção do saber e no fortalecimento do vínculo com seus públicos.

Ao identificarmos os dispositivos utilizados e descrevermos as atividades desenvolvidas pelas bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro no âmbito das mídias sociais analisadas, pode-se verificar que o *Instagram* e o *YouTube* são as plataformas que vêm sendo mais utilizadas por elas, correspondendo a 90% de uso de ambas as mídias, seguida do *Facebook*, correspondendo a 70% de uso por essas instituições. As categorias de publicações mais comum incluem divulgação de produtos e serviços, recursos de pesquisa, informações sociais, eventos acadêmicos e dicas sobre normalização de trabalhos científicos. Isso revela um esforço dos profissionais que atuam nesses ambientes em atenderem às necessidades informacionais de sua comunidade usuária, promovendo um senso de pertencimento aos sujeitos interagentes e apoiando a pesquisa de maneira integrada e inovadora.

Além disso, essas bibliotecas vêm utilizando o *Instagram* para compartilharem informações sobre os mais diversos assuntos, promovendo seus acervos, realizando indicações de leitura e envolvendo os sujeitos de várias maneiras. As postagens no *Feed*, *Stories* e *Reels* são recursos frequentemente utilizados para disseminar conteúdo educativo e envolvente. Já o *YouTube* vem sendo usado para compartilharem vídeos que apresentam suas instalações, serviços, realizarem eventos e projetos virtuais, dentre outras atividades, sendo as transmissões ao vivo e as *playlists* os recursos mais comuns entre elas. Desta forma, evidencia-se que tais plataformas virtuais de comunicação e informação vêm desempenhando um importante papel na disseminação do conhecimento, contribuindo para a formação e o desenvolvimento dos sujeitos, de maneira a capacitá-los por meio de recursos valiosos que agregam e incentivam a busca pelo saber.

A mediação cultural pelas bibliotecas universitárias também pôde ser evidenciada no uso dos dispositivos investigados nesta pesquisa. Os resultados também apontaram que essas bibliotecas vêm utilizando as mídias sociais para promoverem a cultura e valorizarem os aspectos socioculturais da região em que estão inseridas. Pôde-se verificar que a categoria “Dicas culturais” é, amplamente, utilizada nas publicações de seus perfis virtuais, demonstrando o esforço dessas

bibliotecas em compartilharem conteúdos culturais, como recomendações de filmes, exposições, livros e eventos culturais com seus seguidores. Notou-se que algumas das bibliotecas vêm fomentando a cultura local de sua região, divulgando exposições artísticas e culturais realizadas em suas instalações, dentro da universidade em que estão situadas ou em sua própria localidade, fortalecendo a identidade cultural e o senso de pertencimento da comunidade acadêmica. Algumas das publicações fazem alusão ao contexto sociocultural dos diversos ambientes em que estão inseridos, incorporando elementos como temas locais, cores, indumentárias e ilustrações que são representativos da cultura da região respectiva.

Sob esse prisma, ressaltamos que as bibliotecas universitárias investigadas vêm desempenhando um papel ativo na promoção da cultura e na mediação cultural por meio das mídias sociais, tornando-se centros atuantes na disseminação, tanto da informação quanto da cultura no ambiente digital. Entretanto, há oportunidades de explorarem ainda mais os recursos disponíveis, assim como intensificarem o uso desses espaços para esses tipos de interferências, além de estabelecerem parcerias estratégicas com outras instituições culturais a fim de que se ampliem os impactos de suas ações mediadoras. Sugerimos, nesse sentido, a intensificação da criação de conteúdos multimídias que considerem os traços identitários de sua comunidade, assim como a realização de atividades virtuais nesses espaços como oficinas, *webinars* e *lives* com artistas e especialistas para enriquecerem a experiência cultural e educacional dos sujeitos, haja vista que a busca contínua por inovação e adaptação às mudanças tecnológicas permitirão que essas bibliotecas continuem desempenhando um papel relevante na mediação da informação e mediação cultural no ciberespaço, atendendo às demandas, em constante evolução, de sua comunidade e valorizando os aspectos socioculturais de seu entorno, de modo a favorecer a apropriação de tais aspectos.

Recomendamos também, neste cenário, a criação de núcleos de mediação cultural nas bibliotecas universitárias pelas mídias sociais, da mesma forma que existem núcleos de comunicação científica. Torna-se iminente a formação de grupos específicos com esta finalidade. Os atendimentos e as ações desenvolvidas por essas bibliotecas precisam ser repensados para o grau de mediadores conscientes e não meramente como atendentes, resultando em um apoio qualificado para os usuários e pesquisadores.

Esta pesquisa também investigou o alcance das dimensões da mediação da informação nas atividades desenvolvidas pelas bibliotecas universitárias do Nordeste brasileiro nas mídias sociais, com foco nas dimensões dialógica, estética, formativa, ética e política (Gomes, 2014, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020a, 2020b) da mediação da informação. Os resultados obtidos revelaram indícios de alcances dessas dimensões nas ações mediadoras. A dimensão dialógica foi observada quando as bibliotecas promoveram a interação ativa e cooperativa entre os sujeitos por meio dessas plataformas virtuais. Isso foi possível perceber através dos diálogos, dos debates construtivos e das interações significativas nos comentários das publicações. O engajamento do público nas discussões demonstrou o alcance dessa dimensão que contribui, sobremaneira, para a construção do conhecimento.

Em relação à dimensão estética da mediação da informação, a pesquisa indicou que as bibliotecas universitárias criam uma ambiência de acolhimento e de conforto emocional nas mídias sociais, que favorece o sentimento de prazer dos sujeitos nas relações dialógicas e interacionistas. Isso foi evidenciado pelos *feedbacks* positivos dos usuários, expressos em curtidas, comentários elogiosos e emojis que demonstram satisfação, de modo a contribuir para o alcance dessa dimensão, promovendo um ambiente propício para a interação e o exercício da crítica no encontro com a informação.

Indícios de alcance da dimensão formativa foram observados quando as bibliotecas utilizavam as mídias sociais para compartilharem informações educativas, tutoriais e discussões que estimularam a reflexão e a troca de conhecimentos, possibilitando o aprendizado e o desenvolvimento intelectual da comunidade acadêmica. A dimensão ética foi percebida por meio do compromisso dos mediadores em respeitarem a diversidade de perspectivas e tratarem todos os sujeitos de forma igualitária nas mídias sociais. Os resultados apresentados evidenciaram que a ética nas comunicações é enfatizada e que os bibliotecários gestores procuram garantir a liberdade de pensamento e de expressão dos usuários, desde que estejam dentro dos limites da civilidade e do respeito mútuo.

A pesquisa não investigou, profundamente, o alcance da dimensão política da mediação da informação pelas mídias sociais, visto que esta análise demandaria um tempo maior de investigação que incluísse os sujeitos informacionais como parte das fontes para coleta de dados, o que não foi exequível neste momento. No entanto, foi possível perceber indícios de que alguns respondentes percebem uma

conscientização dos sujeitos usuários a partir dos comentários nas publicações e dos bate-papos particulares, anunciando um possível alcance dessa dimensão, considerando que ela envolve questões de consciência e participação cidadã dos sujeitos como seres políticos, tanto os bibliotecários quanto os usuários, assumindo suas posições de protagonistas sociais, impulsionando a luta por justiça e inclusão social.

Visando o enriquecimento das práticas de mediação nas ambiências das bibliotecas universitárias, ressaltamos que é fundamental aprofundar o estudo da interseção entre a mediação da informação e os elementos constitutivos da mediação cultural. Com uma análise mais aprofundada dessa confluência, será possível compreender de forma mais abrangente como os processos dessas mediações convergem e se complementam, permitindo uma abordagem mais holística e integrada na promoção e disseminação do conhecimento e da cultura. Considerando a complexidade desse entrelaçamento, é essencial que investigações futuras explorem essa inter-relação de maneira sistematizada e detalhada, oferecendo percepções valiosas tanto para o aprimoramento contínuo das ações de mediação, quanto para a ampliação do impacto educacional dessas na sociedade.

REFERÊNCIAS

ACCART, Jean-Phillipe. **Serviço de referência: do presencial ao virtual**. Brasília, DF: Briquet Lemos, 2012.

AGUIAR, Giseli Adornato de. **Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP**. 2012. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-03122012-160409/>. Acesso em: 16 mar. 2023.

ALLCA QUISPE, Fernando Pedro. **WEB 1, WEB 2 y WEB 3**. Concepto de Web 1, Web 2 y Web 3, orígenes de la web, características principales, tecnologías, consecuencias, principales aplicaciones. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Informática Educativa) – Escuela Profesional de Matemática e Informática, Universidad Nacional de Educacion, Lima (Peru), 2019. Disponível em: <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/7133>. Acesso em: 10 fev. 2023.

ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Mediação da informação: ampliando o conceito de disseminação. In: VALENTIM, M. L. P. (Org.). **Gestão da informação e do conhecimento**. São Paulo: Polis; Cultura Acadêmica, 2008.p.41-54.

ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Mediação da informação: um conceito atualizado. In: BORTOLIN, Sueli; SANTOS NETO, João Arlindo dos; SILVA, Rovilson José (Orgs.). **Mediação oral da informação e da leitura**. Londrina: ABECIN, 2015. p. 9-32.

ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Profissional bibliotecário: um pacto com o excludente. In: BAPTISTA, Sofia Galvão; MUELLER, Suzana Pinheiro Machado (Org.). **Profissional da informação: o espaço de trabalho**. Brasília: Thesaurus Editora, 2004. p. 70-86.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Estudos de usuários da informação: comparação entre estudos de uso, de comportamento e de práticas a partir de uma pesquisa empírica. **Informação em Pauta**, v. 1, n. 1, p. 61-78, 30 jun. 2016. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/2970>. Acesso em: 20 de mar. 2023.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Mediação como conceito potencializador do diálogo entre a Ciência da Informação e os campos da Arquivologia, Biblioteconomia e Museologia. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (ENANCIB), 13., 2012. Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ENANCIB, 2012. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/179097>. Acesso em: 21 ago. 2022.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila (Org.). **Estudo em práticas informacionais e cultura**. Florianópolis, SC: Rocha Gráfica e Editora; PPGCI/UFMG, 2021. (Selo Nyota). 336 p.

AZEVEDO, Marco Antônio de.; MARTELETO, Regina Maria. Informação e segurança pública: a construção do conhecimento social em ambiente comunitário. **Transinformação**, v. 20, n. 3, p. 273-284, 2008. DOI: 10.1590/S0103-37862008000300006 Acesso em: 14 set. 2022.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**.3. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

BELKIN, Nicholas J. Anomalous states of knowledge as a basis for information retrieval. **The Canadian Journal of Information Science**, v. 5, p. 133-143, 1980.

CALIL JUNIOR, Alberto.; CORRÊA, Elisa Cristia Delfini; SPUDEIT, Daniela. O uso das mídias sociais nas bibliotecas brasileiras: análise dos trabalhos apresentados no SNBU e CBBB. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25., 2013, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** [S.l.]: FEBAB, 2013. Disponível em: <http://repositorio.febab.org.br/items/show/2522>. Acesso em: 14 fev. 2023.

CAREGNATO, Sônia Elisa. O desenvolvimento de habilidades informacionais: o papel das bibliotecas universitárias no contexto da informação digital em rede. **Revista de Biblioteconomia & Comunicação**, Porto Alegre, v. 8, jan./dez. 2000. Disponível em: <https://cedap.ufrgs.br/xmlui/bitstream/handle/20.500.11959/137/v8a3.pdf?sequence=4>. Acesso em: 26 mar. 2023.

CARLSON, Nicolas. "**At last — the full story of how Facebook was founded**". Business Insider, 5 de março de 2010. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/how-facebook-was-founded-2010-3>. Acesso em: 10 fev. 2023.

CARVALHO, Isabel Cristina Louzada. **A socialização do conhecimento no espaço das bibliotecas universitárias**. Rio de Janeiro: Interciência, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 17 ed., ver e ampl. São Paulo: Paz e Terra, 2016.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário**. São Paulo: Editora Iluminuras Ltda, 1997.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas Ciências Sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

CUNHA, Murilo Bastos da; AMARAL, Sueli Angelica do; DANTAS, Edmundo Brandão. **Manual de estudo de usuários da informação**. São Paulo, SP: Atlas, 2015. 448 p.

CUNHA, Murilo Bastos da. A biblioteca universitária na encruzilhada. **DataGramZero**, v. 11, n. 6, 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/7266>. Acesso em: 26 mar. 2023.

DAL PIAN, Luiz Fernando. Aproximações entre Comunicação Pública da Ciência e Entretenimento no Youtube: uma análise do canal Nerdologia. In: CONGRESSO DE 66 CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 17., 2015, Natal. **Anais [...]** Natal: INTERCOM, UnP, 2015. p. 1-15. DT08 - Estudos Interdisciplinares

da Comunicação. Disponível em:
<https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-2766-1.pdf>.
Acesso em: 20 fev. 2023.

DAVALLON, Jean. A mediação: a comunicação em processo? **Prisma – Revista de Ciência da Informação e da Comunicação**, Porto, n. 4, p. 03-36, jun., 2007.

DERVIN, Brenda. Sense-making theory and practice: an overview of user interests in knowledge seeking and use. **Journal of Knowledge Management**, v. 2, n. 2, dec. 1998.

DIAS, Maria Matilde Kronka; PIRES, Daniela. **Usos e usuários da informação**. São Carlos: EdUFSCar, 2004. 48 p. (Série Apontamentos).

DIGITAL 2023: Global Overview Report. **Data Report**, 2023. Disponível em:
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>. Acesso em: 10 fev. 2023.

FEITOSA, Luiz Tadeu. Complexas mediações: transdisciplinaridade e incertezas nas recepções informacionais. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 1, n. 1, p. 98- 117, jan./jun. 2016. Disponível em:
<http://www.periodicos.ufc.br/index.php/informacaoempauta/article/view/3064/2695>.
Acesso em: 10 set. 2022.

FERREIRA, Flávia Catarino Conceição; NUNES, Rafael Matos. Biblioteca Universitária de Saúde Prof. Álvaro Rubim de Pinho: um relato sobre a mediação da informação a partir do uso das mídias sociais. **Revista Fontes Documentais**, Aracaju, v. 4, 2021, Edição Especial: I EBBUP, p. 90-104. Disponível em:
<https://aplicacoes.ifs.edu.br/periodicos/fontesdocumentais/article/view/1314/1310>.
Acesso em: 15 fev. 2023.

FIGUEIREDO, Nice. **Estudo de uso e usuários da informação**. Brasília: Ibict, 1994. 154 p.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, Henriette Ferreira. Tendências de pesquisa sobre mediação, circulação e apropriação da informação no Brasil: estudo em periódicos e anais dos Enancib (2008-2009). **Pesq. Bras. Ci. Inf., Brasília**, v.3, n.1, p.85-99, jan./dez.2010. Disponível em: <https://revistas.ancib.org/index.php/tpbci/article/view/187>. Acesso em: 12 ago. 2022.

GOMES, Henriette Ferreira. A dimensão dialógica, estética, formativa e ética da mediação da informação. **Informação & Informação**, Londrina, v. 19, n. 2, p. 46-59, out. 2014. Disponível em:
<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/19994>. Acesso em: 14 jun. 2023.

GOMES, Henriette Ferreira. Comunicação e informação: relações dúbias, complexas e intrínsecas. In: MORIGI, Valdir; JACKS, Nilda; GOLIN, Cida. **Epistemologias, comunicação e informação**. Porto Alegre: Sulina, 2016. p. 91-107.

GOMES, Henriette Ferreira. Mediação da informação e protagonismo social: relações com vida ativa e ação comunicativa à luz de Hannah Arendt e Jürgen Habermas. In: GOMES, Henriette Ferreira; NOVO, Hildenise Ferreira (Org.). **Informação e protagonismo social**. Salvador: EDUFBA, 2017.

GOMES, Henriette Ferreira. Protagonismo social e mediação da informação. **Logeion: filosofia da informação**, v. 5, n. 2, p. 10-21, 2019a. Disponível em: <http://revista.ibict.br/fiinf/article/view/4644/4046>. Acesso em: 05 jun. 2023.

GOMES, Henriette Ferreira. Mediação consciente da informação: categoria fundante ao protagonismo profissional e sócia. In: SILVA, Franciéle Carneiro Garcês da; ROMEIRO, Nathália Lima (Org.). **O protagonismo da mulher na Arquivologia, Biblioteconomia, Museologia e Ciência da Informação**. Florianópolis: Rocha Gráfica e Editora, 2019b.

GOMES, Henriette Ferreira. Mediação da informação e suas dimensões dialógica, estética, formativa, ética e política: um fundamento da Ciência da Informação em favor do protagonismo social. **Informação & Sociedade**, v. 30, n. 4, p. 1-23, 29 dez. 2020a. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/57047>. Acesso em: 27 ago. 2022.

GOMES, Henriette Ferreira. **Mediação da informação e suas dimensões: fundamento da atuação orgânica do profissional e pesquisador da informação**. Salvador, 17 nov. 2020b. 1 vídeo (2h11min). You Tube: PPGCIN UFRGS. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=dWUIG-k5r_k. Acesso em: 01 ago. 2023.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. São Paulo: DP&A, 2006.

INTERNET chegou a 90% dos domicílios brasileiros no ano passado. Gov.br. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/educação-e-pesquisa/> Acesso em: 15 fev. 2023.

KOO, Lawrence Chung. **Web 3.0: impacto na sociedade de serviços uma análise da comunicação contemporânea**. 2011. 228 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011.

LAMIZET, Bernard. **La médiation culturelle**. Paris: L'Harmattan, 1999.

LAMPE, Cliff; LaROSE, Robert; STEINFELD, Charles; DeMAAGD, Kurt. Inherent Barriers to the Use of Social Media for Public Policy Informatics. **The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal**, v. 16, n. 1, p. 2-17, 2011. Disponível em: https://www.innovation.cc/scholarly-style/2011_16_1_6_lampe_social_media.pdf. Acesso em 13 fev. 2023.

LANCASTER, Frederick Wilfrid. **Avaliação de serviços de bibliotecas**. Brasília: Brique de Lemos/Livros, 1996.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e a vida social na cultura contemporânea**. 8. ed. Porto Alegre: Sulina, 2015.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1998.

LIMA, Celly de Brito; PERROTTI, Edmir. Bibliotecário: um mediador cultural para a apropriação cultural. **Informação@Profissões**, Londrina, v. 5, n. 2, p. 161-180, 2016.

LIMA, Celly de Brito.; PERROTTI, Edmir. O Bibliotecário como mediador cultural. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 18., **Anais eletrônicos...** 2017. Marília. Anais [...]. Marília: UNESP, 2017. p. 1- 20.

MANESS, Jack M. Teoria da biblioteca 2.0: web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 17, n. 1, 2007. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/92256>. Acesso em: 16 mar. 2023.

MARCONI, Marina de Andrade.; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARGAIX ARNAL, Dídac. Las bibliotecas univerrisitarias y facebook: cómo e por qué estar presente. **El profesional de la información**, v. 17, n. 6, p. 589-601, nov./dec., 2008. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/12568/>. Acesso em: 10 jul. 2023.

MARTELETO, Regina Maria. Jovens, violência e saúde: construção de informações nos processos de mediação e apropriação de conhecimentos. **Revista Eletrônica de Comunicação Informação & Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 3, p. 17-24, set. 2009. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/751>. Acesso em: 20 ago. 2022.

MILANESI, Luís. A formação do informador. **Informação & Informação**, v. 7, n. 1, p. 7-40, 2002. DOI: 10.5433/1981-8920.2002v7n1p7 Acesso em: 14 mar. 2023.

MORENO, Patrícia da Silva. **Serviço de Referência Digital: uma análise apoiada em agentes de interface**. 2005. Mestrado (Dissertação) – Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2005.

MURIEL-TORRADO, Enrique; GONÇALVES, Marcio. Youtube nas bibliotecas universitárias brasileiras: quem, como e para o que é utilizado. **Perspect. ciênc. inf.**, v. 22, n. 4, out./dez. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/KcqmkwrphcnnX3Ky3yH7mhd/?lang=pt>. Acesso em: 30 ago. 2022.

OLIVEIRA, Amanda Leal de. **A negociação cultural: um novo paradigma para a mediação e a apropriação da cultura escrita**. 2014. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

PALETTA, Francisco Carlos; MOREIRO-GONZALEZ, José Antonio; VERGUEIRO, Valdomiro de Castro Santos. A ciência da informação e o mercado de trabalho na era digital: desafios na formação do profissional da informação. *In: MARQUES, Maria Beatriz; GOMES, Liliana Esteves (coord.). **Ciência da informação: visões e tendências***. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2020. 391 p. Disponível em: <https://doi.org/10.14195/978-989-26-1896-8>. Acesso em: 05 out. 2022.

PERAYA, Daniel. O ciberespaço: um dispositivo de comunicação e de formação midiaticizada. *In: ALAVA, S. et al. **Ciberespaço e formações abertas: rumo a novas práticas educacionais?*** Porto Alegre: Artmed, 2002.

PERROTTI, Edmir.; PIERUCCINI, Ivete. Infoeducação: saberes e fazeres da contemporaneidade. *In: LARA, M. L. G.; FUJINO, A.; NORONHA, D. P. (Org.) **Informação e contemporaneidade: perspectivas***. Recife: Néctar, ECA/USP, 2007, p. 46-95. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/nucleos/colabori/documentos/Infoeducacao.pdf>. Acesso em: 13 set. 2022.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram: Considerações sob a perspectiva tecnológica**. Universidade de Brasília. Brasília, 2012. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf . Acesso em: 20 fev. 2023.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. *In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. **Anais...***, 2006.

RASTELI, Alessandro; CAVALCANTE, Lídia Eugênia. Mediação cultural e apropriação da informação em bibliotecas públicas. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 19, n. 39, p. 43-58, 2014. DOI: 10.5007/1518-2924.2014v19n39p43 Acesso em: 14 set. 2022.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RIBEIRO, Ângelo Augusto. **YouTube, a nova TV corporativa: o vídeo na web como estratégia de comunicação pública e empresarial**. Florianópolis: Combook, 2013.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Dicionário breve da informação e da comunicação**. Lisboa: Presença, 2000.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SANTOS, Raquel do Rosário; FREITAS, Lívia Santos; GOMES, Henriette Ferreira. Websites das bibliotecas universitárias como dispositivos de comunicação e potencializadores do acesso à informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 14, n. 2, maio/ago. 2018.

SANTOS, Raquel do Rosário.; SOUSA, Ana Claudia Medeiros de.; ALMEIDA JUNIOR, Oswaldo Francisco de. Os valores pragmático, afetivo e simbólico no processo de mediação consciente da informação. **Informação & Informação**, v. 26, n. 1, p. 343-362, 2021. DOI: 10.5433/1981-8920.2021v26n1p343 Acesso em: 14 set. 2022.

SANTOS NETO, João Arlindo dos; ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Bibliotecas universitárias das instituições estaduais de ensino superior paranaenses e a mediação da informação no *Facebook*. **Revista Digital Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 15, n. 2, p. 442-468, maio/ago. 2017. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8648210/pdf>. Acesso em: 30 ago. 2022.

SILVA, Jonathas Luiz Carvalho. Como realizar estudo de uso e usuários da informação? **Infohome – Ofaj**. 2016. Disponível em: https://www.ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=984. Acesso em: 16 mar. 2023.

SARACEVIC, Tefko. Ciência da informação: origem, evolução e relações. **Revista Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 41-62, jan./jun. 1996. Disponível em: https://brapci.inf.br/_repositorio/2010/08/pdf_fd9fd572cc_0011621.pdf. Acesso em: 27 out. 2022.

SELLTIZ, Claire; WRIGHTSMAN, Lawrence Samuel; COOK, Stuart Wellford. **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: Herder, 1965.

SILVA, Bárbara Damiane da; SANTOS NETO, João Arlindo dos. Práticas de mediação cultural nas bibliotecas públicas municipais de Londrina/PR. **Biblionline**, João Pessoa, n. 2, v. 13, p. 30-43, 2017. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/16140> Acesso em: 18 ago. 2022.

SILVA, Jonathas Luiz Carvalho. Percepções conceituais sobre mediação da informação. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, v. 6 n. 1, n. 1, p. 93-108, 2015.

TAYLOR, Robert S. **Value-added processes in information systems**. New Jersey: Ablex, 1986.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais: estratégias de marketing digital para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais**. 2. ed. São Paulo: M. Books do Brasil, 2011.

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital**. 1ª edição. São Paulo: Novatec, 2009.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987. 175p.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

WEBB, P. L. YouTube and libraries: it could be a beautiful relationship. **College & Research Library News**, v. 68, n. 6, jun. 2007. Disponível em: <https://crln.acrl.org/index.php/crlnews/article/view/7815>. Acesso em: 10 jul. 2023.

WILSON, Thomas. D. Human Information Behavior. **Information Science Research**, v. 3, n. 2, p. 49- 53, 2000.

WILSON, Thomas. D. **On user studies and information needs. Journal of Documentation**, v. 37, n. 1, p. 3-15, 1981.

APÊNDICES

APÊNDICE A- Universidades Federais do Nordeste brasileiro

ALAGOAS:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(577) UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS	UFAL	Maceió/AL	Universidade	Pública Federal	4	4	4

BAHIA:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(578) UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA	UFBA	Salvador/BA	Universidade	Pública Federal	4	4	3
(18506) UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA	UFOB	Barreiras/BA	Universidade	Pública Federal	4	-	-
(4503) UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA	UFRB	Cruz das Almas/BA	Universidade	Pública Federal	3	4	4

(18812) UNIVERSIDADE FEDERAL DO SUL DA BAHIA	UFSB	Itabuna/BA	Universidade	Pública Federal	5	-	-
--	------	------------	--------------	-----------------	---	---	---

CEARÁ:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(15497) UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA	UNILAB	Redenção/CE	Universidade	Pública Federal	4	4	4
(18759) UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI	UFCA	Juazeiro do Norte/CE	Universidade	Pública Federal	4	4	-
(583) UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ	UFC	Fortaleza/CE	Universidade	Pública Federal	4	5	3

MARANHÃO:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(548) UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO	UFMA	São Luís/MA	Universidade	Pública Federal	4	4	-

PARAÍBA:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(579) UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA	UFPB	João Pessoa/PB	Universidade	Pública Federal	4	4	4
(2564) UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE	UFCG	Campina Grande/PB	Universidade	Pública Federal	4	3	-

PERNAMBUCO:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(3984) FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO VALE DO SÃO FRANCISCO	UNIVASF	Petrolina/PE	Universidade	Pública Federal	4	4	-
(580) UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO	UFPE	Recife/PE	Universidade	Pública Federal	4	4	-
(25275) UNIVERSIDADE FEDERAL DO AGRESTE DE PERNAMBUCO	UFAPE	Garanhuns/PE	Universidade	Pública Federal	-	-	-

(587) UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO	UFRPE	Recife/PE	Universidade	Pública Federal	4	4	4
--	-------	-----------	--------------	-----------------	---	---	---

PIAUÍ:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(25277) UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAIBA	UFDPAR	Parnaíba/PI	Universidade	Pública Federal	-	-	-
(5) UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ	UFPI	Teresina/PI	Universidade	Pública Federal	4	3	4

RIO GRANDE DO NORTE:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(570) UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE	UFRN	Natal/RN	Universidade	Pública Federal	4	5	-
(589) UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO	UFERSA	Mossoró/RN	Universidade	Pública Federal	4	4	5

SERGIPE:							
Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(3) UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	UFS	São Cristóvão/SE	Universidade	Pública Federal	4	3	5

TOTAL: 20 UNIVERSIDADES

***Legenda:**

IGC- Índice Geral de Cursos

CI- Conceito Institucional

CI-EaD- Conceito Institucional de Ensino a Distância

APÊNDICE B- Universidades Federais do Nordeste brasileiro, com sede nas capitais (exceto Sergipe)**ALAGOAS:**

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(577) UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS	UFAL	Maceió/AL	Universidade	Pública Federal	4	4	4

BAHIA:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(578) UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA	UFBA	Salvador/BA	Universidade	Pública Federal	4	4	3

CEARÁ:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
-------------------	-------	--------------	-----------------------	--------------------------	-----	----	--------

(583) UNIVERSIDADE FEDERAL DO
CEARÁ

UFC

Fortaleza/CE

Universidade

Pública
Federal

4

5

3

MARANHÃO:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(548) UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO	UFMA	São Luís/MA	Universidade	Pública Federal	4	4	-

PARAÍBA:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(579) UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA	UFPB	João Pessoa/PB	Universidade	Pública Federal	4	4	4

PERNAMBUCO:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
--------------------------	--------------	---------------------	------------------------------	---------------------------------	------------	-----------	---------------

(580) UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO	UFPE	Recife/PE	Universidade	Pública Federal	4	4	-
(587) UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO	UFRPE	Recife/PE	Universidade	Pública Federal	4	4	4

PIAUÍ:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(5) UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ	UFPI	Teresina/PI	Universidade	Pública Federal	4	3	4

RIO GRANDE DO NORTE:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(570) UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE	UFRN	Natal/RN	Universidade	Pública Federal	4	5	-

SERGIPE:

Instituição - IES	Sigla	Município/UF	Organização Acadêmica	Categoria Administrativa	IGC	CI	CI-EaD
(3) UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	UFS	São Cristóvão/SE	Universidade	Pública Federal	4	3	5

TOTAL: 10 UNIVERSIDADES

***Legenda:**

IGC- Índice Geral de Cursos

CI- Conceito Institucional

CI-EaD- Conceito Institucional de Ensino a Distância

APÊNDICE C- Quantitativo de Bibliotecas nas Universidades da amostra da pesquisa e existência de um SIBI

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS:	
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Alagoas (SiBi/UFAL) (https://sibi.ufal.br/portal/)	
Campus A.C. Simões:	
1-	Biblioteca Central
2-	Biblioteca Setorial do Centro de Educação (CEDU)
3-	Biblioteca Setorial do Espaço Cultural
4-	Biblioteca Setorial de Física
5-	Biblioteca Setorial de Matemática
6-	Biblioteca Setorial do Museu Théo Brandão (MTB)
7-	Biblioteca Setorial Arriete Vilela (FALE)
8-	Biblioteca Setorial de Química
Campus Arapiraca:	
9-	Biblioteca Campus Arapiraca,
10-	Biblioteca Unidade Palmeira dos Índios
11-	Biblioteca Unidade Penedo.
Campus Ceca:	
12-	Biblioteca Campus Ceca

13- Biblioteca Unidade Viçosa.

Campus Sertão:

14- Biblioteca Campus Delmiro Gouveia

15- Biblioteca Unidade Santana do Ipanema.

TOTAL: 15 Bibliotecas

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA:

Sistema Universitário de Bibliotecas da Universidade Federal de Bahia (SIBI/UFBA) (<https://sibi.ufba.br/>)

1- Biblioteca Universitária Reitor Macedo Costa - BURMC

2- Biblioteca Universitária de Saúde Prof. Álvaro Rubim de Pinho - BUS

3- Biblioteca Universitária Prof. Isaías Alves - FFCH

4- Biblioteca Universitária Bernadeth Sinay Neves da Escola Politécnica

5- Biblioteca Anísio Teixeira da Faculdade de Educação

6- Biblioteca da Escola de Administração

7- Biblioteca da Escola de Música

8- Biblioteca da Faculdade de Economia

9- Biblioteca de Arquitetura

10- Coordenação Lugares de Memória

11- Biblioteca do Centro de Estudos e Terapia do Abuso de Drogas – CETAD

12- Biblioteca do Instituto de Ciência da Informação

13- Biblioteca do Museu de Arte Sacra

14- Biblioteca Nelson de Araújo da Escola de Teatro

15- Biblioteca no Centro de Estudo Afro-Oriental – CEAO

16- Biblioteca Sofia Olszewski Filha da Escola de Belas Artes

17- Biblioteca Teixeira de Freitas da Faculdade de Direito

18- Bibliotheca Gonçalo Moniz – Memória da Saúde Brasileira

19- Biblioteca Prof. José Bernardo Cordeiro Filho - Faculdade de Ciências Contábeis

20- Biblioteca do Campus Universitário Anísio Teixeira

21- Biblioteca Universitária de Ciências e Tecnologias Professor Omar Catunda

22- Biblioteca do Instituto de Ciência, Tecnologia e Inovação

23- Biblioteca Creche UFBA

TOTAL: 23 Bibliotecas

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ:

Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Ceará (<https://biblioteca.ufc.br/>)

Campus do Benfica:

1- Biblioteca da Faculdade de Direito (BFD)

2- Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade (BFEAAC)

3- Biblioteca das Casas de Cultura Estrangeira (BCCE)

4- Biblioteca de Ciências Humanas (BCH)

5- Biblioteca de Pós-Graduação em Economia Professor Ari de Sá Cavalcante (BPGEC)

6- Biblioteca do Curso de Arquitetura (BCA)

7- Biblioteca do Museu de Arte Floriano Teixeira (BMAUC)

Campus do Pici:

8- Biblioteca Central do Campus do Pici Prof. Francisco José de Abreu Matos (BCCP)

9- Biblioteca de Pós-Graduação em Economia Agrícola (BPGEA)

10- Biblioteca de Pós-Graduação em Engenharia Prof. Expedito José de Sá Parente (BPGE)

11- Biblioteca do Curso de Física Prof. Josué Mendes Filho (BCF)

12- Biblioteca do Curso de Matemática (BCM)

Campus do Porangabuçu:

13- Biblioteca de Ciências da Saúde Professor Jurandir Marães Picanço (BCS)

Lobomar:

14- Biblioteca do Instituto de Ciências do Mar Dr. Rui Simões de Menezes (BICM)

Campi do Interior:

15- Biblioteca de Medicina de Sobral (BMS)

16- Biblioteca do Campus de Crateús (BCCR)

17- Biblioteca do Campus de Quixadá (BCQ)

18- Biblioteca do Campus de Russas (BCR)

19- Biblioteca do Campus de Sobral (BCSO)

TOTAL: 19 Bibliotecas

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO:**Diretoria Integrada de Bibliotecas (DIB) (<https://portais.ufma.br/PortalUnidade/dib/index.jsf>)****Campus de São Luís:**

- 1- Biblioteca Central
- 2- Biblioteca do Centro de Ciências Humanas
- 3- Biblioteca do Centro de Ciências Sociais
- 4- Biblioteca do Colun
- 5- Biblioteca de Enfermagem
- 6- Biblioteca de Medicina
- 7- Biblioteca de Pós-Graduação em Ciências Sociais
- 8- Biblioteca de Pós-Graduação em Saúde e Ambiente

9- Biblioteca de Pós-Graduação em Direito

10- Biblioteca de Pós-Graduação em Ciências Exatas e Tecnologia

11- Biblioteca de Turismo e Hotelaria

12- Biblioteca do Campus de Codó (BD)

13- Biblioteca do Campus de Grajaú (BR)

14- Biblioteca do Campus de Chapadinha (BH)

15- Biblioteca do Campus de Bacabal (BB)

Campus de Imperatriz:

16- Biblioteca de Imperatriz - Centro (BI)

17- Biblioteca de Imperatriz - Bom Jesus (BK)

18- Biblioteca do Campus de São Bernardo (BA)

19- Biblioteca do Campus de Pinheiro (BP)

20- Biblioteca do Campus de Balsas (BO)

TOTAL: 20 Bibliotecas

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA:

Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal da Paraíba (Sistemoteca)
(https://biblioteca.ufpb.br/biblioteca/contents/menu/aceso-a-informacao/aceso-a-informacao/copy_of_sistemoteca)

CAMPUS I – JOÃO PESSOA:

1- Biblioteca Central - UFPB

2- Biblioteca Setorial Berilo Borba (BS-CCSA)

3- Biblioteca Setorial do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional (BS-CTDR)

4- Biblioteca Setorial do Centro Ciências da Saúde - BS/CCS

5- Biblioteca Setorial do Centro Ciências da Saúde - BS/CCS (Escola Técnica de Saúde - ETS)

6- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Exatas e da Natureza (BS- CCEN)

7- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas Letras e Artes - BS/CCHLA

8- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Jurídicas - BS/CCJ - João Pessoa

9- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Jurídicas - BS/CCJ - Santa Rita

10- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Médicas - BS/CCM

11- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas - BS/CCSA

12- Biblioteca Setorial do Centro de Comunicação, Turismo e Artes - BS/CCTA

13- Biblioteca Setorial do Centro de Educação - BS/CE

14- Biblioteca Setorial do Centro de Informática - BS/CI

15- Biblioteca Setorial do Centro de Tecnologia - BS/CT

16- Biblioteca Setorial do Núcleo de Documento e Informação Histórica Regional - BS/NDIHR

17- Biblioteca Setorial do Hospital Universitário - BS/HU

18- Biblioteca Setorial dos Direitos Humanos - BS/DH

19- Biblioteca Setorial do Núcleo de Pesquisa e Documentação da Cultura Popular – NUPPO

20- Biblioteca Setorial do Museu Casa de Cultura Hermano José – MCCHJ

Campus II- AREIA

21- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Agrárias (BS-CCA)

Campus III – BANANEIRAS

22- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Sociais e Agrárias - BS/CCHSA Professor José Augusto Trindade

Campus IV - RIO TINTO E MAMANGUAPE

23- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Aplicadas e Educação - Rio Tinto - BS/CCAIE

24- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Aplicadas e Educação - Mamanguape - BS-MM/CCAIE

TOTAL: 24 Bibliotecas**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO:****Sistema Integrado de Bibliotecas da Universidade Federal de Pernambuco – SIB/UFPE (<https://www.ufpe.br/sib>)**

- 1- Biblioteca Central (BC)
- 2- Biblioteca Joaquim Cardozo - Centro de Artes e Comunicação (CAC)
- 3- Biblioteca do Centro de Biociências (CB)
- 4- Biblioteca do Centro de Educação (CE)
- 5- Biblioteca do Centro de Ciências Jurídicas (CCJ)
- 6- Biblioteca do Centro de Tecnologia e Geociências (CTG)
- 7- Biblioteca do Centro de Filosofia e Ciências Humanas (CFCH)
- 8- Biblioteca do Centro de Ciências da Saúde (CCS)

9- Biblioteca do Centro de Ciências Exatas e da Natureza (CCEN)

10- Biblioteca do Centro Acadêmico de Vitória (CAV)

11- Biblioteca Reitor Edinaldo Bastos - Centro de Ciências Sociais e Aplicadas (CCSA)

12- Biblioteca Agreste - Centro Acadêmico do Agreste (CAA)

13- Biblioteca do Núcleo de Ciências da Vida - Centro Acadêmico do Agreste (NCV/CAA)

14- Biblioteca do Colégio de Aplicação (CAP)

TOTAL: 14 Bibliotecas

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO:

Sistema Integrado de Bibliotecas da Universidade Federal Rural de Pernambuco – SIB/UFRPE
(<http://www.sib.ufrpe.br/sib>)

1- Biblioteca Central Professor Mário Coelho de Andrade Lima (BC)

2- Biblioteca Setorial Manuel Correia de Andrade (BSMCA)

3- Biblioteca Professor Roldão de Siqueira Fontes (B-CODAI)

4- Biblioteca Esmeraldina Pereira da Silva (B- UACSA)

5- Biblioteca Vanete Almeida - (B-UAST)

6- Biblioteca Ariano Suassuna da UFAPE

TOTAL: 06 Bibliotecas

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ:

Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Piauí – SIBi/UFPI (<https://www.ufpi.br/biblioteca-bccb>)

Biblioteca Comunitária Jornalista Carlos Castello Branco - BCCB

Biblioteca Setorial Prof. Zenon Rocha - CCS (Teresina)

Biblioteca Setorial Profa. Raimunda Melo - CCE (Teresina)

Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Agrárias - CCA (Teresina)

Biblioteca Setorial do Centro de Ciências da Natureza - CCN (Teresina)

Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas e Letras - CCHL (Teresina)

Biblioteca Setorial do Campus Prof. Amílcar Ferreira Sobral (Floriano)

Biblioteca Setorial do Campus Senador Helvídio Nunes (Picos)

Biblioteca Setorial do Campus Profa. Cinobelina Elvas (Bom Jesus)

TOTAL: 09 Bibliotecas

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE:

Sistema de Bibliotecas da UFRN - SISBI/UFRN (<https://sisbi.ufrn.br/>)

1- Biblioteca Central Zila Mamede – BCZM

2- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências da Saúde – CCS

3- Biblioteca Setorial Bertha Cruz Enders - - Escola de Saúde da UFRN – ESUFRN

4- Biblioteca Setorial Prof. Alberto Moreira Campos - Departamento de Odontologia – CCS

5- Biblioteca Setorial Prof. Rodolfo Helinski - Escola Agrícola De Jundiaí – EAJ

6- Biblioteca Setorial -Prof. Leopoldo Nelson - Centro de Biociências – CB

- 7- Biblioteca Setorial Prof. Ronaldo Xavier De Arruda – CCET
- 8- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras E Artes – CCHLA
- 9- Biblioteca Setorial Pe. Jaime Diniz - Escola de Música – EMUFRN
- 10- Biblioteca Setorial Prof. Dr. Marcelo Bezerra de Melo Tinôco - Departamento de Arquitetura - DARQ – CT
- 11- Biblioteca Setorial Prof. Francisco Gurgel de Azevedo – Instituto Química – IQ
- 12- Biblioteca Setorial Prof. Horácio Nicolas Solimo - Engenharia Química - EQ – CT
- 13- Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Sociais Aplicadas -- CCSA
- 14- Biblioteca Setorial Prof^a. Maria Lúcia da Costa Bezerra - Ceres -- Caicó
- 15- Biblioteca Setorial Prof^a. Maria José Mamede Galvão - Felcs - Currais Novos
- 16- Biblioteca Setorial da Faculdade de Ciências da Saúde do Trairi - Facisa - Santa Cruz
- 17- Biblioteca Setorial do Núcleo de Ensino Superior do Agreste - Nesa - Nova Cruz
- 18- Biblioteca Setorial do Núcleo de Ensino Superior Macau – Nesm

19- Biblioteca Setorial Árvore do Conhecimento - Instituto do Cérebro – ICE

20- Biblioteca Setorial do Núcleo de Educação da Infância – NEI

21- Biblioteca Setorial do Departamento de Artes - DEART – CCHLA

22- Biblioteca Setorial Dr. Paulo Bezerra - EMCM/RN

23- Biblioteca Setorial Moacyr de Góes – CE

24- Biblioteca Setorial Veríssimo de Melo - Museu Câmara Cascudo – MCC

TOTAL: 24 Bibliotecas

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE:

Sistema de Bibliotecas da UFS - SIBI/UFS (<https://bibliotecas.ufs.br/pagina/152-bibliotecas-da-ufs>)

1- Biblioteca Central- BICEN

2- Biblioteca da Saúde (BISAU)

3- Biblioteca Comunitária (BICOM)

4- Biblioteca do Campus Universitário Prof. Alberto Carvalho (BICAMPI)

5- Biblioteca do Campus de Laranjeiras (BICAL)

6- Biblioteca do Campus de Lagarto (BILAG)

7- Biblioteca Setorial do Campus do Sertão - BISER

TOTAL: 07 Bibliotecas

TOTAL GERAL: 164 Bibliotecas

PIAUÍ	SIBI/UFPI											
RIO GRANDE DO NORTE	SISB/UFRN											
SERGIPE	SIBI/UFS											

***CATEGORIAS:**

- 1- **Ações:** reúne as diferentes atividades empreendidas pela biblioteca, como o dia do bibliotecário, o dia da mulher etc.;
- 2- **Entrevistas:** são vídeos onde aparecem os bibliotecários falando dos serviços das bibliotecas ou de assuntos correlacionados;
- 3- **Eventos:** seminários, congressos, ou outros tipos de encontros;
- 4- **Formação:** são vídeos com tutoriais, dicas aos usuários para a utilização de um sistema, para conhecer melhor as regras ABNT, acessar a sua conta da biblioteca etc.;
- 5- **Institucional:** onde se apresentam algumas características da biblioteca, oferta, instalações, serviços etc.;
- 6- **Rádio:** disponibilização de algum um programa de rádio;
- 7- **Projetos:** são intervenções institucionais realizadas sob um projeto da biblioteca, que não é parte da atividade habitual;
- 8- **Outros:** engloba os vídeos que não entram dentro das outras categorias, como homenagens, dentre outros.

APÊNDICE F- Formulário para registros de ações que indiquem possíveis alcances das dimensões da mediação da informação no uso das mídias sociais pelos sistemas universitários das bibliotecas analisadas

DIMENSÕES DA MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO					
DIMENSÃO DIALÓGICA					
	INDICADORES	SIM	NÃO	ANOTAÇÕES DAS MANIFESTAÇÕES DAS AÇÕES DOS USUÁRIOS E DOS AGENTES MEDIADORES	OBSERVAÇÕES DO PESQUISADOR
1	Os usuários interagem nas publicações?				
2	Os comentários ou perguntas são respondidos(as) com rapidez?				
3	Ocorre debate sobre os conteúdos publicados entre os usuários?				

4	As pessoas são estimuladas a compartilhar e trocarem suas ideias ou experiências?				
DIMENSÃO ESTÉTICA					
	INDICADORES	SIM	NÃO	ANOTAÇÕES DAS MANIFESTAÇÕES DAS AÇÕES DOS USUÁRIOS E DOS AGENTES MEDIADORES	OBSERVAÇÕES DO PESQUISADOR
1	Os usuários demonstram sentimento de pertencimento a ambiência da Biblioteca?				
2	Os usuários demonstram sentimento de acolhimento nos dispositivos utilizados?				

3	Os sujeitos indicam ou expõem sua satisfação em participar das ações desenvolvidas pela Biblioteca?				
DIMENSÃO FORMATIVA					
	INDICADORES	SIM	NÃO	ANOTAÇÕES DAS MANIFESTAÇÕES DAS AÇÕES DOS USUÁRIOS E DOS AGENTES MEDIADORES	OBSERVAÇÕES DO PESQUISADOR
1	Os usuários comentam que usaram algum tipo de informação compartilhada nos perfis para solucionar algum tipo de dificuldade ou fizeram repensar algum tipo de questão?				
2	Os sujeitos demonstram algum tipo de mudança (intelectual, afetiva ou reflexiva) a partir do que puderam acessar ou conhecer por meio das publicações?				

3	É possível perceber algum tipo de resignificação das ações ou pensamentos dos sujeitos a partir dos comentários?				
DIMENSÃO ÉTICA					
	INDICADORES	SIM	NÃO	ANOTAÇÕES DAS MANIFESTAÇÕES DAS AÇÕES DOS USUÁRIOS E DOS AGENTES MEDIADORES	OBSERVAÇÕES DO PESQUISADOR
1	Existe alguma preocupação ou cuidado com as pessoas que possuem ideias diferentes ao que foi publicado?				
2	É assegurado a todos os espaços de interação com respeito à alteridade?				
3	Existe algum cuidado quanto ao sigilo de informações pessoais e/ou institucionais?				

4	A liberdade de pensamento é considerada nas ações desenvolvidas?				
DIMENSÃO POLÍTICA					
	INDICADORES	SIM	NÃO	ANOTAÇÕES DAS MANIFESTAÇÕES DAS AÇÕES DOS USUÁRIOS E DOS AGENTES MEDIADORES	OBSERVAÇÕES DO PESQUISADOR
1	Os usuários refletem sobre possíveis mudanças ou tomada de consciência a partir dos comentários realizados?				
2	Os sujeitos fazem associações entre os conteúdos publicados e suas condições de vida?				
3	Os usuários se sentem motivados a agirem enquanto protagonistas de suas histórias?				

APÊNDICE G- Questionário aplicado aos Coordenadores dos Sistemas Universitários de Bibliotecas das Universidades Federais do Nordeste brasileiro

Prezado (a) Coordenador (a) do Sistema Universitário de Bibliotecas,

É com imensa satisfação que convidamos vossa excelência para participar da pesquisa em andamento desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia, pelo mestrando Rafael Matos Nunes com a orientação da Professora Ana Claudia Medeiros de Sousa. Para isso, estamos enviando este questionário *online* que é um dos instrumentos que subsidiará as análises da pesquisa que tem como objetivo analisar se e como as bibliotecas universitárias federais do Nordeste brasileiro estão utilizando as mídias sociais para mediação da informação e mediação da cultura com sua comunidade usuária, de modo a evidenciar traços identitários que caracterizam e singularizam os sujeitos informacionais envolvidos no seu contexto. A partir deste questionário, será possível investigar o alcance das dimensões da mediação da informação nas atividades que são desenvolvidas por essas bibliotecas a partir das mídias sociais.

Ressaltamos que é de extrema importância sua participação para o bom andamento deste trabalho. E neste sentido, contamos com a sua valorosa contribuição respondendo a este rápido questionário que não tomará mais de 10 (dez) minutinhos de sua atenção.

Colocamo-nos à disposição para eventuais esclarecimentos por meio deste e-mail: rafaeln@ufba.br.

Salienta-se, também, que será assegurado o sigilo quanto a sua identificação pessoal. Caso alguma informação prestada seja citada no texto da dissertação será utilizado um nome fictício ou alguma codificação para garantir esse sigilo.

E atendendo aos parâmetros éticos da pesquisa, solicitamos a leitura do termo de autorização e consentimento (enviado em anexo neste e-mail) para o uso de suas respostas na dissertação em questão e em artigos científicos.

Desde já, agradecemos imensamente sua atenção e disponibilidade.

Cordialmente,

Rafael Matos Nunes (Mestrando)

Prof.^a Dr.^a Ana Claudia Medeiros de Sousa (Orientadora)
 Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia (PPGCI/UFBA)

QUESTIONÁRIO

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO	
Nome	
Cargo/ função	
Denominação do sistema	
Universidade	

1- O Sistema de Bibliotecas do qual você faz parte, determina algum membro ou membros específicos da equipe para gerenciar as mídias sociais que utilizam?

SIM () NÃO ()

Caso tenha respondido SIM, por gentileza, identifique o cargo e as funções dessa(s) pessoa(s):

Caso tenha respondido NÃO, por gentileza, informe como é feito o gerenciamento dessas mídias sociais:

2- Existe alguma periodicidade para acompanhamento, publicação ou atualização dos conteúdos compartilhados nessas mídias sociais?

Diariamente ()

Semanalmente ()

Quinzenalmente ()

Mensalmente ()

Outros () Por favor, especifique:

Eixo-1 (Dimensão dialógica da Mediação da Informação)

3- Como você avalia o engajamento dos usuários nas mídias sociais da Biblioteca ou do Sistema de Bibliotecas:

Participam bastante, com curtidas, comentários, compartilhamentos ()

Participam pouco ()

Não participam ()

Outros () Por favor, especifique:

4- Os usuários são estimulados a compartilharem suas ideias e/ou experiências sobre os conteúdos publicados?

SIM () NÃO ()

Caso tenha respondido SIM, por gentileza, informe de que maneira isso ocorre:

Eixo-2 (Dimensão estética da Mediação da Informação)

5- Os usuários demonstram algum sentimento de pertencimento à ambiência da Biblioteca ou sentimento de acolhimento pelas mídias sociais?

SIM () NÃO ()

Caso tenha respondido SIM, por gentileza, informe de que forma eles demonstram esses sentimento, pode trazer exemplos também:

Caso tenha respondido NÃO, por gentileza, informe os possíveis motivos que possam fazer com que isso ocorra, caso tenham alguma percepção sobre esse fato:

6- É possível perceber alguma satisfação por parte dos usuários com os conteúdos publicados nessas mídias sociais?

SIM () NÃO ()

Caso tenha respondido SIM, por gentileza, informe como eles demonstram essa satisfação, pode trazer exemplos também:

Eixo-3 (Dimensão formativa da Mediação da Informação)

- 7- Os usuários demonstram algum tipo de mudança (intelectual, afetiva ou reflexiva) a partir do que puderam acessar ou conhecer por meio das publicações do Sistemas de Bibliotecas?

SIM () NÃO ()

Caso tenha respondido SIM, por gentileza, informe de que maneira eles demonstram essas mudanças:

Eixo-4 (Dimensão ética da Mediação da Informação)

- 8- Existe alguma preocupação ou cuidado com as pessoas que possuem ideias diferentes ao que foi publicado? Ou seja, é assegurado a todos os espaços de interação com respeito à alteridade?

SIM () NÃO ()

Caso tenha respondido SIM, por gentileza, informe como é feito esse cuidado nas mídias sociais:

- 9- A liberdade de pensamento dos usuários é considerada nas ações desenvolvidas nas mídias sociais?

SIM () NÃO ()

Caso queira comentar sobre essa questão, utilize o espaço abaixo:

Eixo-5 (Dimensão política da Mediação da Informação)

10- Os usuários refletem sobre possíveis mudanças ou tomada de consciência a partir dos comentários realizados?

SIM () NÃO ()

Caso tenha respondido SIM, por gentileza, informe ou exemplifique essas reflexões:

11- Os usuários se sentem motivados a agirem enquanto protagonistas de suas histórias?

SIM () NÃO ()

Caso tenha respondido SIM, por gentileza, informe ou exemplifique essas reflexões:

APÊNDICE H- Termo de autorização dos respondentes do questionário**TERMO DE AUTORIZAÇÃO**

Eu, _____, autorizo o mestrando Rafael Matos Nunes a utilizar as informações que prestei ao responder ao questionário de sua pesquisa para a elaboração da dissertação no Curso de Mestrado em Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia, guardando sigilo quanto à minha identificação pessoal.

Cidade _____, _____, de _____ de 2023.

Assinatura