

O uso estratégico de modelos de comunicação digital na gestão dos espaços infocomunicacionais de bibliotecas universitárias

Walqueline Araújo^I

<https://orcid.org/0000-0002-5004-519X>

Gustavo Freire^{II}

<https://orcid.org/0000-0002-5540-4630>

^I Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB, Brasil

^{II} Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Resumo: Esta pesquisa aborda o ciclo de gestão da informação e do processo comunicativo, bem como o uso de modelos como instrumentos norteadores da gestão das ações de informação nos espaços infocomunicacionais. O objetivo é teorizar e construir um modelo de comunicação voltado para as mídias sociais de bibliotecas universitárias. A pesquisa é de natureza exploratória de caráter descritivo-explicativo, fundamentada em uma investigação e avaliação crítica de estudos retrospectivos pertinentes, a fim de propiciar a construção de ideias e conceitos acerca dos temas. Os resultados da pesquisa foram obtidos por meio da análise dos modelos do ciclo da gestão da informação e dos modelos de comunicação digital descritos na literatura. A partir da análise realizada e contrapondo-a com a contemporaneidade das mídias digitais, foi construído um modelo que ilustra o processo comunicativo das bibliotecas universitárias nos espaços digitais de comunicação. Como conclusão, o estudo apresenta um modelo de comunicação digital que pode ser utilizado por qualquer biblioteca que deseje, possuindo como diferencial a possibilidade de adequação ao processo comunicativo das bibliotecas nos espaços infocomunicacionais modernos.

Palavras-chave: comunicação digital; bibliotecas universitárias; espaços infocomunicacionais; ciclo da informação; gestão da informação

1 Introdução

A informação é um recurso valioso que precisa ser gerido de maneira eficiente, uma vez que se constitui um elemento estratégico para a construção do conhecimento, quando assimilada pelo usuário da informação enquanto sujeito receptor. Como afirmam Monteiro e Duarte (2018), é a partir da relação entre a informação e o sujeito receptor que aquela conseguirá atingir seu objetivo maior,

que é construir o conhecimento na mente do indivíduo. De acordo com Cunha e Cavalcanti (2008), o termo usuário está relacionado à pessoa que utiliza os serviços da biblioteca no próprio local ou por meio da retirada de documentos por empréstimo, ou pela solicitação entre outros serviços, de buscas bibliográficas e pesquisas sobre temas especializados; parte interessada; utente.

Diante do exposto, o termo usuário da informação se torna o mais adequado, uma vez que não é objeto desse estudo a abordagem sociológica do indivíduo enquanto sujeito social e as transformações ocorridas a partir da interação desse sujeito com a informação. A ênfase se dá no papel do usuário da informação enquanto consumidor informacional dentro de um processo comunicativo em bibliotecas universitárias (BU's). Nesse sentido, esta pesquisa apresenta a hipótese, comprovada ao final do doutorado, de que o gerenciamento eficiente da informação que circula na comunicação entre a biblioteca e o usuário da informação pode ser determinante para o sucesso do referido processo comunicativo com o público-alvo.

A proposta de conduzir o estudo para as BU's surgiu a partir da vivência profissional e da observação da crescente utilização dos espaços infocomunicacionais por parte dessas bibliotecas, as quais buscam modernização e ampliação na comunicação com a comunidade acadêmica, a qual está cada dia mais conectada na rede globalizada, ancorada nos recursos tecnológicos da comunicação digital.

Nesse sentido, a falta de conhecimento aprofundado sobre como está estabelecido o processo comunicativo dentro da BU em relação ao usuário da informação, a exemplo de como a informação estratégica tem sido planejada, quais as atribuições de cada membro da equipe responsável pelo planejamento informacional, quais as vantagens e desvantagens das ferramentas de comunicação utilizadas para que a informação chegue até o público-alvo, podem prejudicar a eficiência do processo comunicativo, e em consequência, a construção do conhecimento por parte do indivíduo.

A utilização de modelos que mostram como se configura o ciclo e a gestão da informação, bem como modelos de comunicação podem orientar e contribuir para o entendimento do próprio processo comunicativo dentro do ambiente da

BU, buscando com isso, alinhar os objetivos pretendidos com as ações de comunicação praticadas nos espaços infocomunicacionais, sendo esses espaços as mídias sociais ou redes sociais digitais, como corrobora Tymoshchuk *et al.* (2019) ao pontuar que as redes sociais digitais são espaços infocomunicacionais contemporâneos.

De acordo com McQuail e Windahl (2003), um modelo procura mostrar os principais elementos de qualquer estrutura ou processo e as relações entre esses elementos. Nesse sentido, os modelos em sua essência são interpretações do real que podem ser utilizados para a construção de novos conhecimentos, uma vez que ampliam a percepção e a reflexão para a tomada de decisão. Com isso, é pertinente que a equipe responsável pela comunicação entre a BU e o público-alvo conheça cada etapa do processo comunicativo praticado nos espaços infocomunicacionais, gerindo de maneira consciente desde a construção da informação até a etapa em que a informação é utilizada pelo usuário da informação em consonância com suas necessidades previamente conhecidas pela equipe, por meio de estudos voltados para essa finalidade.

Nesta perspectiva, fazer uso de modelos de comunicação já construídos e consolidados é buscar entender em escalas micro e macro como está estabelecida a dinâmica do processo comunicativo da BU, ou seja, na perspectiva micro conhecer os detalhes do planejamento estratégico desde a criação da informação e todo seu ciclo até chegar ao usuário da informação, e na perspectiva macro ter o conhecimento de modo geral da eficiência do modelo na comunicação. Amaral e Rozenfeld (2001) apontam que, por propiciarem uma visão sistêmica dos procedimentos, modelos são substancialmente úteis como instrumentos de contextualização sobre algumas classes de conhecimentos, tais como registros documentais e regras enunciadas na forma de sentenças, no que se refere ao funcionamento de um procedimento. Diante do exposto, este estudo parte da seguinte pergunta de pesquisa: quais os elementos que compõem a base de um modelo de comunicação digital nas bibliotecas universitárias?

Nesse sentido, este estudo teve como objetivo: teorizar e construir um modelo de comunicação digital voltado para os espaços infocomunicacionais de bibliotecas universitárias.

Como justificativa, a pesquisa mostra a importância de se obter um melhor entendimento sobre os temas e o fortalecimento das reflexões acerca do objeto de estudo. O impacto social dessa pesquisa e a relevância do estudo para a sociedade de maneira geral estão no fato de apresentar como produto final a construção de um modelo de comunicação digital voltado para as BU's no contexto dos espaços infocomunicacionais. Para a Ciência da Informação, a contribuição está no fato de partilhar conhecimentos acerca do tema em questão, tendo em vista os poucos materiais encontrados, no que se refere aos dados levantados durante o estudo. Tal afirmação foi constatada por meio de buscas realizadas sobre o tema em bases de dados, a exemplo do portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Com o intuito de fomentar uma compreensão mais crítica dos temas em questão, foram construídas três seções que versam as temáticas: modelos de processo comunicativo; o processo comunicativo nos espaços infocomunicacionais; o uso de modelos como instrumentos norteadores da gestão das ações de informação nos espaços infocomunicacionais, visando entender os modelos do ciclo de gestão da informação e os modelos de comunicação na percepção de diversos autores, abordando as mudanças provenientes do advento das tecnologias digitais, tanto no processo de comunicação quanto no que se refere à circulação da informação em espaços digitais, a exemplo das mídias sociais, bem como pontuar acerca do uso de modelos de comunicação e de gestão da informação como instrumentos relevantes para o planejamento das informações que circulam no processo comunicativo entre a BU e o público-alvo.

2 Modelos de processo comunicativo

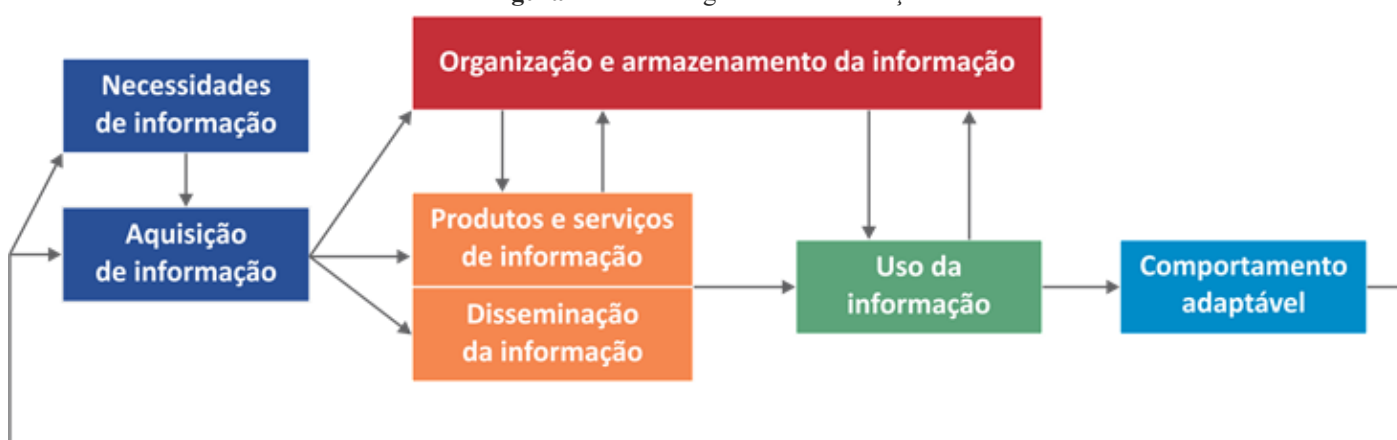
A gestão da informação passou a ser reconhecida como uma maneira estratégica de organizar o fluxo informacional de uma sociedade, que é ao mesmo tempo produtora e consumidora de uma imensa quantidade de informações constantemente compartilhadas na web.

Desse modo, modelos de gestão da informação são muito importantes para um bom gerenciamento, como assevera Meadows (2001, p. 242) ao dizer que “[...]”

modelos são importantes para ajudar na discussão por concentrarem atenção nos aspectos mais importantes e proverem referencial para análise”.

De acordo com Choo (2003), a gestão da informação deve ser vista como o gerenciamento de uma rede de processos que obtém, cria, organiza, distribui e usa a informação, utilizando a tecnologia como suporte para a sua realização. Na Figura 1, pode-se visualizar o modelo do ciclo de gestão da informação ilustrado pelo autor mencionado:

Figura 1 - Ciclo da gestão da informação

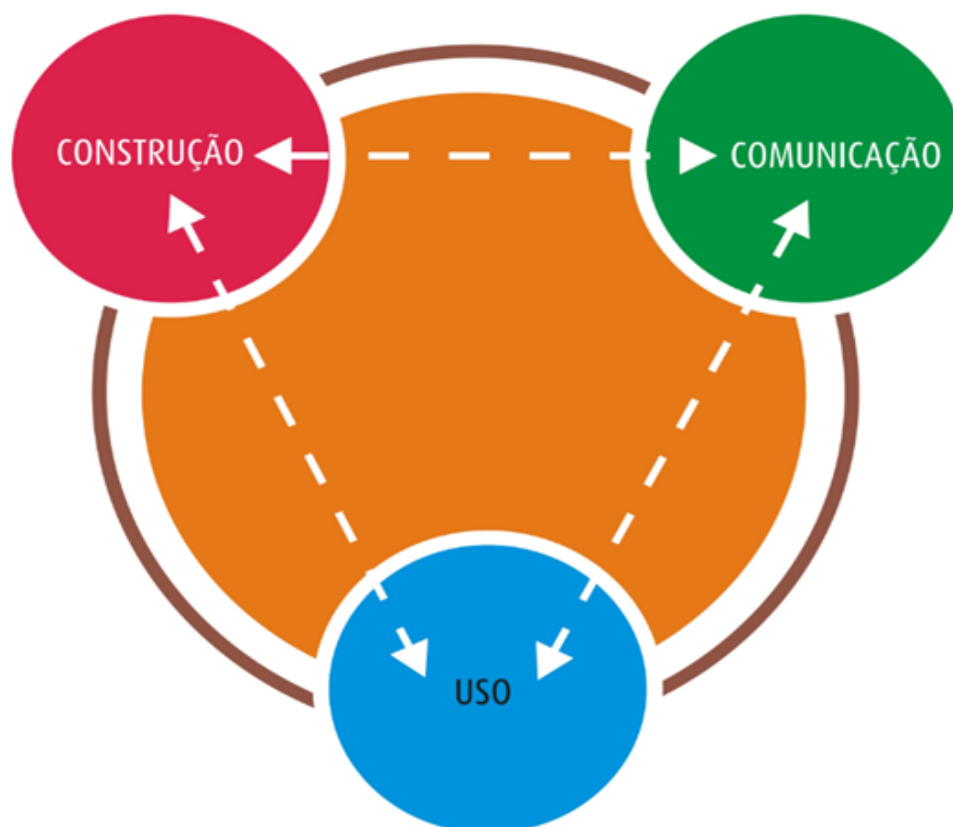


Fonte: Choo (1998).

A gestão da informação desempenha um papel fundamental no atendimento às demandas por informação. O ciclo de gestão da informação de Choo (1998) tem início na necessidade de informação do usuário. Após esse diagnóstico, segue-se a etapa da aquisição dessa informação. A informação adquirida pode dar origem a produtos e serviços de informação, ser organizada e armazenada, ou ainda disseminada para o uso. Quando utilizada, ela pode ser organizada e armazenada ou resultar em uma nova necessidade de informação que seria o comportamento adaptável.

Le Coadic (2004) também apresenta um modelo em forma de ciclo, sendo este o modelo social do ciclo da informação, representado na Figura 2. Para o autor, a informação designa duas características notáveis: a explosão em termos de quantidade, tendo em vista a capacidade de multiplicação e armazenamento, e a implosão no que se refere à comunicação, devido à velocidade de transmissão com o apoio das tecnologias digitais de informação e comunicação.

Figura 2 - Modelização social do ciclo de informação



Fonte: Le Coadic (2004).

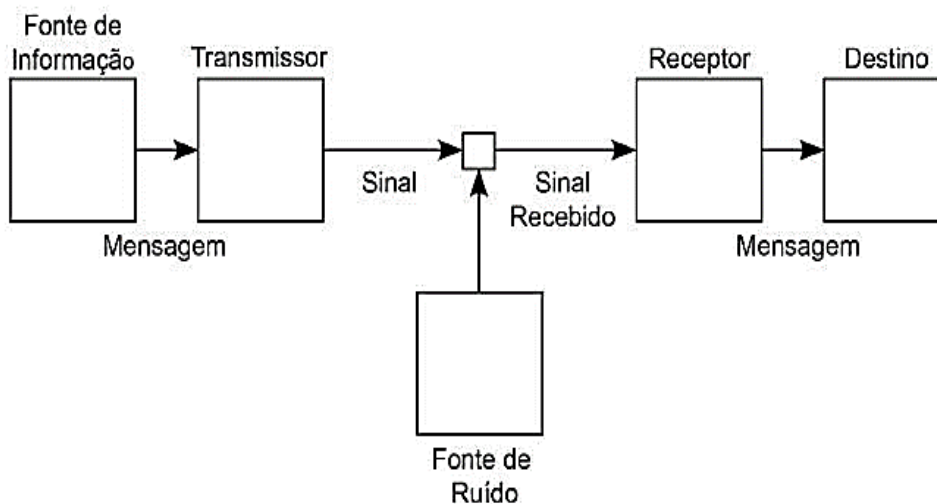
O modelo desenvolvido por Le Coadic (2004) mostra um método que se retroalimenta, constituído por três processos: construção (produção), comunicação (disseminação) e uso. Os processos são interligados e se retroalimentam continuamente. Partindo do ponto da construção (produção) da informação, tem-se que ela pode ser comunicada (disseminada), resultando em uma nova construção informacional, ou ainda utilizada, dando origem à construção de outra informação.

Partindo do ponto da comunicação, a informação pode ser usada, ou transformada em uma nova informação. Partindo do uso, a informação pode ser passada adiante por meio da comunicação, ou absorvida para dar origem à produção de novas informações.

Assim como na gestão da informação, também na comunicação existem modelos, pois, como pontua Sayão (2001), os modelos são uma criação cultural que têm como objetivo a representação de uma realidade, ou de alguns dos aspectos dessa realidade, a fim de torná-la descritível e observável. Na Figura 3,

pode-se observar o modelo do processo de comunicação ilustrado por Shannon e Weaver (1949):

Figura 3 - Teoria matemática da comunicação

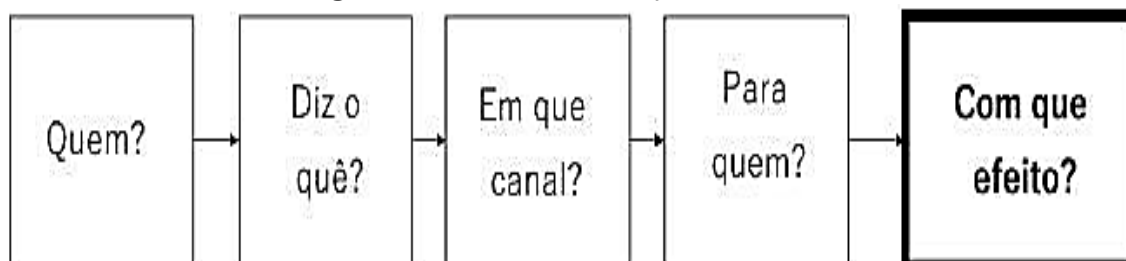


Fonte: Shannon e Weaver (1949).

No modelo de Shannon e Weaver (1949), pode-se visualizar um sistema unilateral que tem início na fonte de informação, de onde é originada ou produzida a mensagem que será transformada em sinal pelo transmissor. Na etapa entre a transmissão e a recepção da mensagem, existe uma fonte de ruído, que pode ser uma distorção ou interferência na mensagem enviada pelo canal escolhido. Logo após, a mensagem é recebida pelo receptor que a envia ao destino. Este modelo linear apresenta a comunicação como uma troca de sinais entre emissor e receptor.

Pretendendo uma alternativa ao modelo de Shannon e Weaver (1949), tem-se o modelo de Lasswell (1948), também de característica linear (Figura 4) e que por sua vez destaca o efeito da mensagem nos receptores.

Figura 4 - Modelo de comunicação de Lasswell

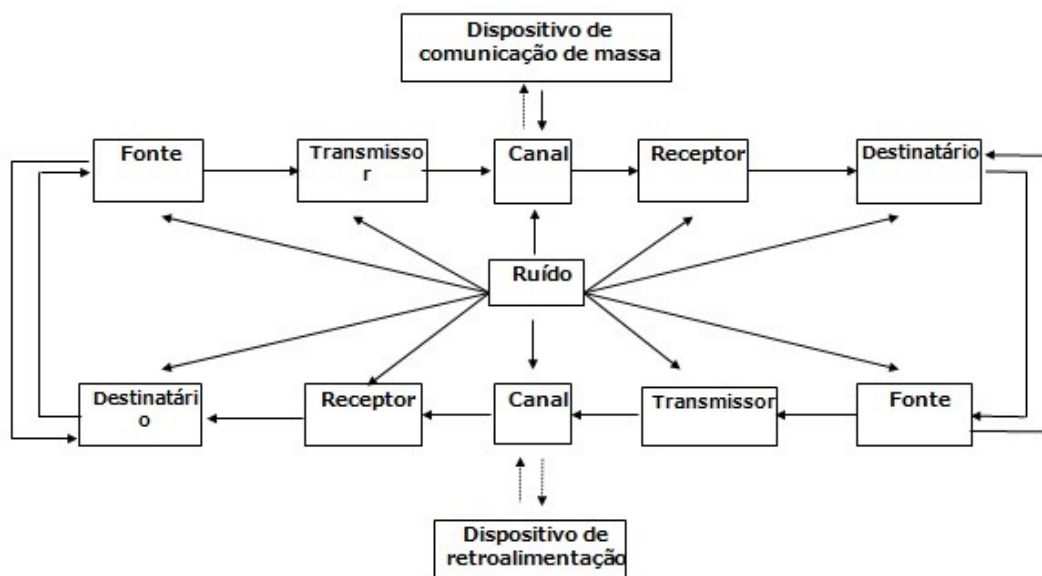


Fonte: Mcquail e Windahl (1993).

O modelo de Lasswell pressupõe respostas às seguintes perguntas: Quem? sendo este o emissor ou produtor da mensagem. Diz o quê? sendo essa a informação ou mensagem produzida pelo emissor. Em que canal? onde os canais dizem respeito ao meio ao qual a mensagem é transmitida, podendo ter o uso de tecnologias de informação e comunicação. Para quem? que seria o receptor da informação produzida e transmitida pelo emissor. Com qual efeito? referindo-se essa fase ao resultado ou impacto que a mensagem causa no receptor. Trata-se de um modelo sequencial, que segue uma linha contínua e não se retroalimenta.

O modelo que ilustra um sistema que se retroalimenta é proposto por DeFleur (1971), revelando-se um processo mais interativo de comunicação, como mostra a Figura 5.

Figura 5 - Modelo de comunicação de DeFleur

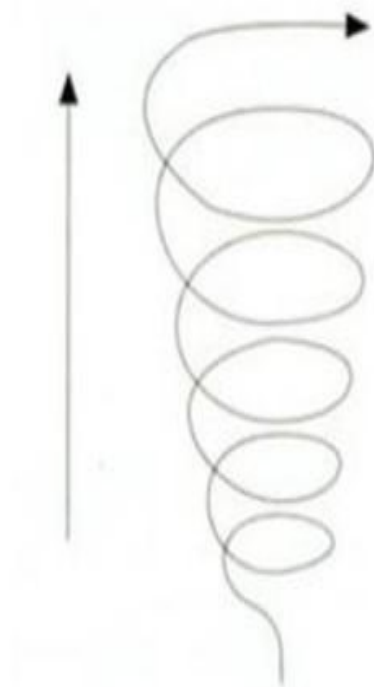


Fonte: DeFleur (1971).

É perceptível a grande influência do dispositivo de comunicação de massa sobre todo o processo de comunicação apresentado por DeFleur (1971), o qual desempenha o papel de canal dentro do sistema, e que se retroalimenta continuamente. O processo de comunicação mostra a fonte, sendo esta a produtora da mensagem que será transmitida. A mensagem é repassada ao transmissor, que varia conforme o canal utilizado para transmissão. Em seguida a mensagem chega ao canal, que por sua vez envia ao receptor, e este em seguida entrega ao destinatário. O que se pode observar na Figura 5 é o processo do ruído presente em todas as etapas do sistema de comunicação. Isso mostra que em todas as fases de transmissão da mensagem dentro do sistema, existe a possibilidade de distorção da mensagem transmitida.

Diferentemente dos modelos apresentados até agora, o modelo proposto por Dance (1967¹ *apud* McQuail; Windhal, 1997), ilustrado na Figura 6, é um sistema de comunicação que foca na essência do processo comunicativo, em sua evolução natural, e não nos elementos que poderiam constituir esse sistema.

Figura 6 - Modelo de comunicação em espiral de Dance



Fonte: McQuail e Windhal (1997).

A ilustração em espiral, Figura 6, remete à ideia de continuidade, podendo supor que o processo de comunicação não retorne ao ponto de partida, mas que seja uma evolução contínua. O espiral também revela o dinamismo que é o processo de comunicação, não sendo algo preso às etapas estáticas e recorrentes, e sim, um progresso constante.

É importante ressaltar o benefício mútuo entre a gestão da informação e o avanço do processo comunicativo, uma vez que a comunicação consiste em assegurar o intercâmbio de informações. O enorme volume de informações que circula na sociedade só cumpre o seu papel final quando existe uma comunicação eficiente. Há uma complementaridade entre informação e comunicação.

Nesta perspectiva, Silva (2006, p. 83) ressalta os sentidos de ambos, em que o termo informar e informação etimologicamente significa ação de formar, de fazer, fabricação, em geral, ato ou efeito de informar(-se). E, comunicação, a ação de comunicar-se, de partilhar, de dividir, grosso modo, transmitir a informação, o seu conteúdo e receber outra mensagem como resposta, por extensão, conversação, comunicabilidade.

A gestão da informação viabiliza, aprimora e estrutura a comunicação entre agentes produtores e agentes usuários da informação, tendo em vista que a comunicação pode ser percebida como o processo de troca de informações entre pessoas. Como resultado, a comunicação é um elemento essencial da gestão da informação. Desse modo, a comunicação contribui de maneira direta para a busca por transformações e melhores resultados.

Como auxiliares e canais desse processo, têm-se as tecnologias digitais, que fornecem suporte no fluxo informacional, desempenhando o papel de canal comunicativo. As tecnologias permitem passar dos meios mais estáticos do processo de comunicação da informação para mecanismos mais dinâmicos e colaborativos.

Na sociedade em rede, as plataformas de mídias sociais desempenham um papel considerável no processo de gestão da informação, funcionando como canais impulsionadores da comunicação. As tecnologias digitais de comunicação oferecem o apoio necessário para a integração de sistemas, processos e serviços, estruturando, dessa maneira, redes de relacionamentos, tanto internamente quanto

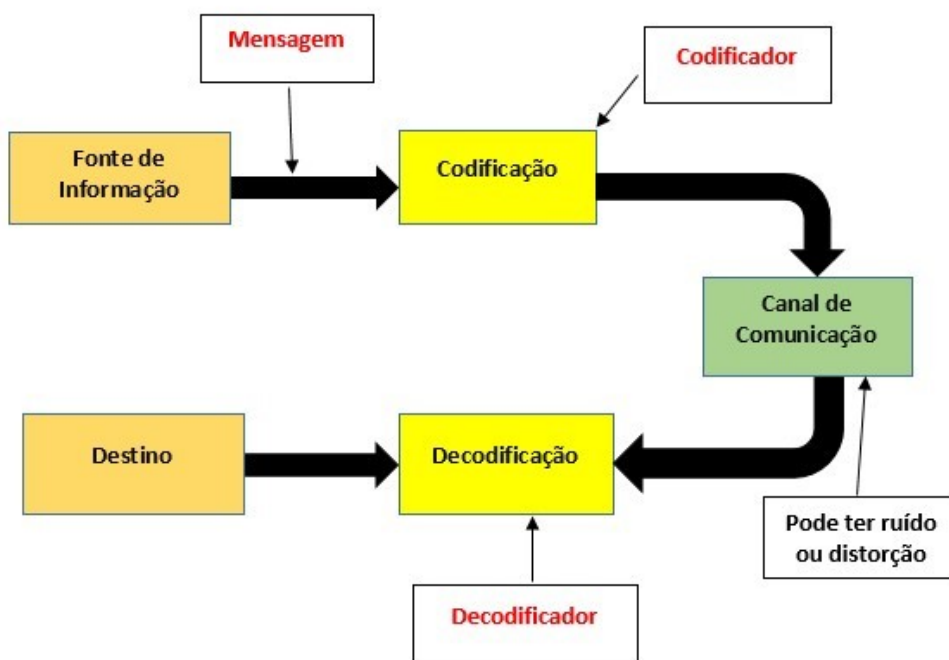
externamente, permitindo potencializar a comunicação, bem como a produção e o compartilhamento de informações.

3 O processo comunicativo nos espaços infocomunicacionais

A prática da comunicação é algo natural do ser humano, vindo desde a sua origem e passando por transformações ao longo do tempo. O advento tecnológico propiciou velocidade e largo acesso ao volume de informações que vem sendo produzido e compartilhado nos espaços de comunicação digital, como asseveram Velerio e Pinheiro (2008, p. 163) ao dizerem que “[...] as tecnologias de informação e comunicação eletrônicas podem proporcionar maior acesso à informação”. Porém, quanto ao seu ciclo, assemelha-se bastante aos já existentes e apresentados na seção anterior, como pode-se visualizar nas Figuras 7 e 8.

Figura 7 - Modelo de comunicação digital

Modelo de um Sistema de Comunicação Digital



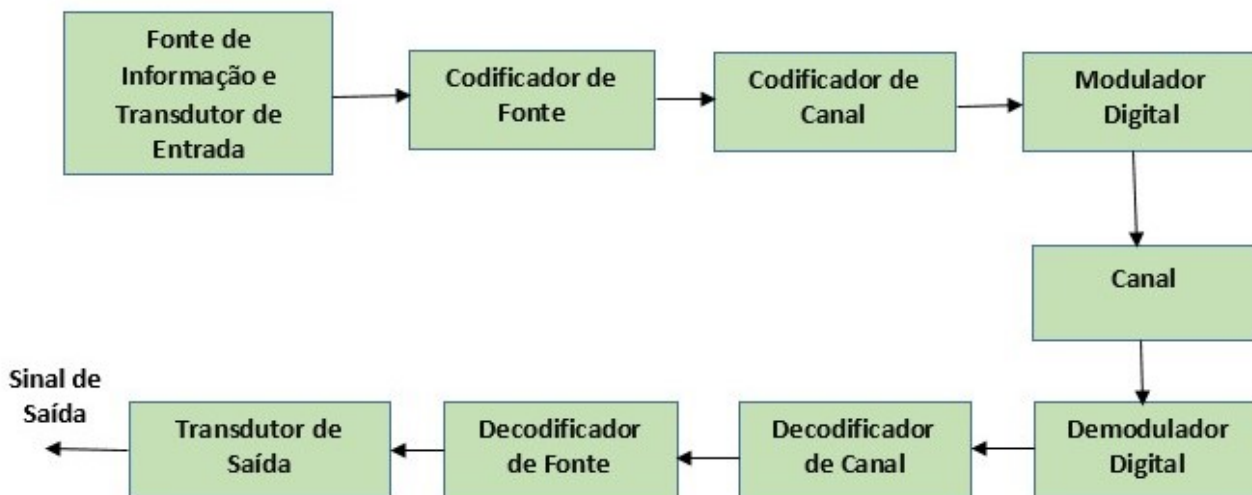
Fonte: Ismaeel (2020).

O modelo possui característica linear e é composto por cinco etapas: fonte de informação, codificação, canal de comunicação, decodificação e destino. No que se refere à fonte de informação, pode-se considerar qualquer meio que sirva tanto de fonte de entrada para o registro informacional, a exemplo do teclado, quanto de suporte para o registro da informação, seja ele impresso (livros, dicionários, revistas etc.) ou digital (vídeos, áudios, e-book etc.).

O codificador é o dispositivo responsável por transformar a informação registrada com os elementos alfanuméricos em códigos binários. Em seguida tem-se o canal de comunicação que se pode considerar desde a fibra óptica até as mídias sociais, ou seja, será o elemento por meio do qual a informação produzida chegará ao destino. Referente ao decodificador, este é responsável por transformar a informação que foi convertida em códigos binários de volta para a linguagem alfanumérica. Quanto ao destino, ele se refere ao local para onde a informação foi enviada, ou seja, o receptor, como mostra a Figura 7.

Danyal (2013) ilustra o ciclo da comunicação digital também com característica linear, sendo um conjunto estruturado de processos que vai desde a entrada da informação até sua chegada ao destino final, conforme mostra a Figura 8.

Figura 8 - Elementos básicos do sistema de comunicação digital



Fonte: Danyal (2013).

O modelo ilustrado por Danyal (2013) é composto por nove etapas: fonte de informação e transdutor de entrada, codificador da fonte, codificador de canal, modulador digital, canal, demodulador digital, decodificador de canal, decodificador da fonte e transdutor de saída. No que se refere à fonte de informação e transdutor de entrada, pode-se considerar os meios pelos quais as informações são produzidas, a exemplo do computador, tablets e smartphones.

Enquanto o codificador da fonte é o mecanismo que transforma o sinal produzido pela fonte de informação em sinal digital, ou seja, códigos binários, como asseveram Madeiro e Lopes (2011, p. 34) ao dizerem que o termo codificação de sinais “[...] são utilizados para referir-se a técnicas usadas para obter uma representação digital compacta de um sinal”. Nesse sentido, o codificador de canal tem como objetivo inserir de modo controlado alguma repetição na sequência de informações binárias, debelando os ruídos e interferências encontrados na transmissão do sinal por meio do canal.

Quanto ao modulador digital, seu objetivo maior é converter a sequência binária em sinais elétricos para serem transmitidos pelo canal. O canal é o meio físico pelo qual as informações são repassadas do transmissor para o receptor. O demodulador digital fica responsável por fazer o caminho inverso ao modulador, ou seja, convertendo os sinais elétricos em sequências binárias que representam os dados transmitidos pelo canal. O decodificador de canal é o elemento que realiza a reconstrução da sequência original de informações, por meio do conhecimento prévio do código utilizado pelo codificador.

Quanto ao decodificador da fonte e transdutor de saída, ambos são responsáveis por decodificar a sequência a partir do conhecimento do algoritmo de codificação, entregando ao receptor as informações transmitidas pelo emissor, como afirma Pimentel (2007, p. 3) ao pontuar que a sequência binária “[...] é recebida e processada pelo decodificador [...] a fim de reproduzir os dados provenientes da fonte o mais fidedignamente possível. Por fim, a informação é entregue ao destinatário final”.

As Figuras 7 e 8 mostraram como ocorre o ciclo da comunicação no âmbito digital de maneira mais técnica. Contudo, o avanço tecnológico trouxe consigo uma diversidade de canais digitais de comunicação, a exemplo das mídias

sociais, as quais possibilitam a produção e o compartilhamento de informações dos mais variados assuntos para uma infinidade de públicos, como também o estabelecimento de um relacionamento tanto de pessoas para pessoas quanto de instituições para pessoas, por meio das redes sociais digitais que essas mídias permitem criar dentro de suas plataformas.

Nessa perspectiva, as mídias sociais funcionam como canais ou suportes pelos quais se concretizam o processo comunicativo digital/virtual:

Define-se mídia social como a produção de conteúdos de forma descentralizada e sem o controle editorial de grandes grupos econômicos. Ferramentas de mídias sociais são sistemas online de informação nos mais diversos formatos. Qualquer pessoa pode produzir conteúdo (texto, fotos, áudio, vídeo) praticamente sem custo, são os chamados prosumers (a junção de produtores e consumidores de informação). As mídias sociais são consequências da interação entre pessoas, resultando na construção do conteúdo compartilhado, que pode ser comentado, repassado e editado (Alves, 2011, p. 97).

O advento das mídias sociais trouxe grandes mudanças no processo de produção e compartilhamento informacional, sobretudo nas práticas de comunicação, uma vez que, todos os usuários podem ser produtores e consumidores de informação, e o processo comunicativo deixou de ser vertical (um para todos) para ser horizontal (todos para todos), como corrobora Lima (2016, p. 25), ao pontuar que “[...] uma mídia social é uma estrutura para criação e compartilhamento de conteúdo de forma descentralizada sob a lógica de participação todos-para-todos ou muitos-para-muitos que usa a internet como meio de produção e transmissão”.

As mídias sociais ampliam e tornam notória uma nova configuração cultural de comunicação na sociedade, totalmente voltada para o digital/virtual, possibilitando novos espaços de comunicação, dinâmicos e acessíveis, os quais anulam a barreira espaço-temporal. Com o suporte da internet, a comunicação via mídias sociais torna-se incontrolável, representando um desafio para as instituições que buscam inserir-se nesse cenário comunicacional:

Esse é um desafio que boa parte das organizações enfrenta atualmente: lidar com o fenômeno da internet e em especial com as Mídias Sociais Digitais (MSDs). Estas são plataformas que permitem

a criação e o compartilhamento de conteúdo entre as pessoas (Romano *et al.*, 2014, p. 55).

Por meio das mídias sociais, a comunicação digital em larga escala constitui um enorme diferencial na sociedade contemporânea, tendo em vista que essas plataformas formam um espaço ideal para as práticas comunicativas modernas, devido à velocidade com que alcança o público-alvo. A facilidade e a rapidez com que a informação é comunicada por meio dos aparatos tecnológicos fazem das plataformas digitais, como o Facebook e o Instagram, importantes canais de comunicação entre os usuários, também conhecidas como redes sociais digitais, as quais se configuram como uma categoria dentro das mídias sociais:

Sites de relacionamento ou redes sociais na internet são ambientes que focam reunir pessoas, os chamados membros, que uma vez inscritos, podem expor seu perfil com dados como fotos pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidades (Telles, 2011, p. 19).

De acordo com Souza *et al.* (2010), ainda é perceptível na atualidade a presença de diversos estudos publicados no campo científico sobre redes sociais que estão associados, como em outros domínios de conhecimento, aos processos advindos da globalização econômica e da mundialização cultural no contexto da ampliação da comunicação e dos fluxos informacionais mediados pelas tecnologias. Com isso, pode-se apreender o quanto os espaços infocomunicacionais, associados a um planejamento estratégico eficaz, podem favorecer o campo da comunicação digital, funcionando como um excelente aliado no gerenciamento do processo comunicativo moderno.

4 O uso de modelos como instrumentos norteadores da gestão das ações de informação nos espaços infocomunicacionais

A velocidade da comunicação e do fluxo de informação por meio das tecnologias infocomunicacionais tornou a interatividade uma palavra de ordem na sociedade contemporânea. É nesse cenário tecnológico que as ações de informação são praticadas pelas pessoas, com diversas finalidades. De acordo com González de Gómez (2003), as ações de informação podem ser de mediação, formativa ou relacional, a saber:

Mediação: quando fica atrelada aos fins e orientação de uma outra ação;

Formativa: aquela que é orientada à informação não como meio, mas como sua finalização;

Relacional: quando tem por finalidade intervir numa outra ação de informação, de modo que - ainda quando de autonomia relativa - dela obtém a direção e fins (González de Gómez, 2003, p. 37).

Na perspectiva das tecnologias infocomunicacionais, as ações de informação de mediação são, por exemplo, tutoriais, manuais, regimentos, entre outras ferramentas de orientação para uma ação, que podem ser disponibilizadas nas mídias sociais para conhecimento da sociedade. Enquanto uma ação formativa pode-se dizer que são materiais como os estudos e pesquisas produzidos por uma instituição, disponibilizados com o intuito de instigar a criação de conhecimento na sociedade.

Já as ações relacionais podem ser oficinas produzidas para compartilhar o conhecimento. É necessário pensar em modelos que orientem essas ações de informação, no intuito de promover uma melhor execução e um aproveitamento eficaz.

Seguir um modelo que oriente a gestão das ações de informação e o processo de comunicação nas mídias sociais pode se configurar como um caminho para o sucesso, no que se refere ao alinhamento das ações e à melhor organização das práticas diárias ocorridas nessas mídias. A gestão do fluxo de informação nos espaços digitais tem se tornado um grande desafio. Gerenciar os mais variados canais de informação e comunicação digital tem se tornado uma tarefa que exige dedicação dos profissionais que atuam nessas plataformas.

Para González de Gómez (1999, p. 69), o processo de gestão da informação aborda “o planejamento, instrumentalização, atribuição de recursos e competências, acompanhamento e avaliação das ações de informação e seus desdobramentos em sistemas, serviços e produtos”. A autora afirma que é importante possuir instrumentos de orientação para que se tenha uma gestão eficiente dos recursos informacionais e que essa gestão funcione de forma efetiva em todas as fases que fazem parte do processo de gestão, uma vez que esse instrumento servirá para gerenciar as informações que são produzidas e compartilhadas por meio das mídias sociais, tendo em vista que a produção e o compartilhamento da informação digital são uma realidade nas diversas

instituições, com ou sem fins lucrativos. Essa realidade está presente no contexto das BU's da sociedade contemporânea.

González de Gómez (1999) e Marchiori (2002, p. 75) pontuam que o processo de gestão da informação, de acordo com o Manual de Gestão de Serviços de Informação, é um “[...] conjunto de processos que englobam atividades de planejamento, organização, direção, distribuição e controle de recursos de qualquer natureza, visando à racionalização e à efetividade de determinado sistema, produto ou serviço”.

Afora todos os processos inerentes à gestão da informação, para que seja possível executar um bom planejamento, organizado e dirigido de forma eficiente, além da possibilidade de controlar e racionalizar os recursos, que podem ser os informacionais, a exemplo das ações de informação, dentro de sistemas como as plataformas de mídias sociais, precisa-se pensar na utilização de um modelo que desempenhe um papel norteador de todo esse processo. De acordo com Lazer (1962), partindo dos objetivos que uma instituição queira alcançar, um modelo poderá ser construído por meio da elaboração de normas e regras que orientam as operações, visando atingir tais objetivos.

As tecnologias digitais têm possibilitado uma convergência de linguagens como som e imagem, para representar informações que já são criadas em um cenário digital/virtual, e essas informações já nascem dentro de um regime de informação específico, precisando ser gerenciadas a partir de instrumentos voltados para o contexto digital. Freire (2008) reconhece que:

[...] a gestão de recursos de informação, visando à inclusão digital através de competências em tecnologias digitais e intelectuais de informação e comunicação carece de instrumentos [...] que possam orientar as ações necessárias para incluir comunidades na sociedade da informação (Freire, 2008, p. 203).

Apreende-se, a partir da fala de Freire (2008), que para uma gestão dos recursos informacionais dentro das plataformas tecnológicas, a exemplo das mídias sociais, faz-se necessário o uso de instrumentos, entre os quais pode-se exemplificar os modelos de comunicação e de gestão da informação, uma vez que, um modelo a ser seguido pode possuir um valor inestimável como instrumento de controle e adequação a uma determinada necessidade informacional, traçando

diretrizes tanto no que se refere à criação da informação por parte da BU, quanto à necessidade informacional do público-alvo.

5 Metodologia

O presente estudo se classifica como uma pesquisa exploratória de caráter descritivo-explicativo, que utilizou o método de estudo bibliográfico e possui enfoque qualitativo. A pesquisa está fundamentada em uma investigação e avaliação crítica de estudos retrospectivos pertinentes sobre modelos do ciclo da informação, do ciclo de gestão da informação e modelos de comunicação, a fim de propiciar a construção de ideias e conceitos acerca dos temas.

Para Gil (2022, p. 42), “[...] as pesquisas exploratórias têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito” enquanto “[...] as pesquisas descritivas têm como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno” (Gil, 2022, p. 42). Por fim, as pesquisas com caráter explicativo têm como “[...] propósito identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de fenômenos. Essas pesquisas são as que mais aprofundam o conhecimento da realidade, pois têm como finalidade explicar a razão, o porquê das coisas” (Gil, 2022, p. 42).

Acerca do método bibliográfico, Gil (2022, p. 43) pontua que “a pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado”. Partindo dessa afirmativa, a triagem da bibliografia analisada foi realizada em materiais impressos, a exemplo de livros, e em bases de dados digitais de pesquisas científicas, a exemplo do portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). No intuito de refinar o resultado da pesquisa, considerou-se filtrar por meio das palavras-chave: modelo de comunicação, ciclo da informação, modelo de comunicação digital e ciclo da gestão da informação. Tendo em vista que a partir das referidas palavras-chave houve retorno de poucas publicações que apresentavam modelos constituídos, o recorte temporal se deu entre os anos de 1948 e 2004.

A pesquisa possui um enfoque qualitativo, que de acordo com Sampieri, Collado e Lucio (2013, p. 35) pode ser pensado como “[...] um conjunto de práticas interpretativas que tornam o mundo ‘visível’, o transformam em uma

série de representações na forma de observações, anotações, gravações e documentos”.

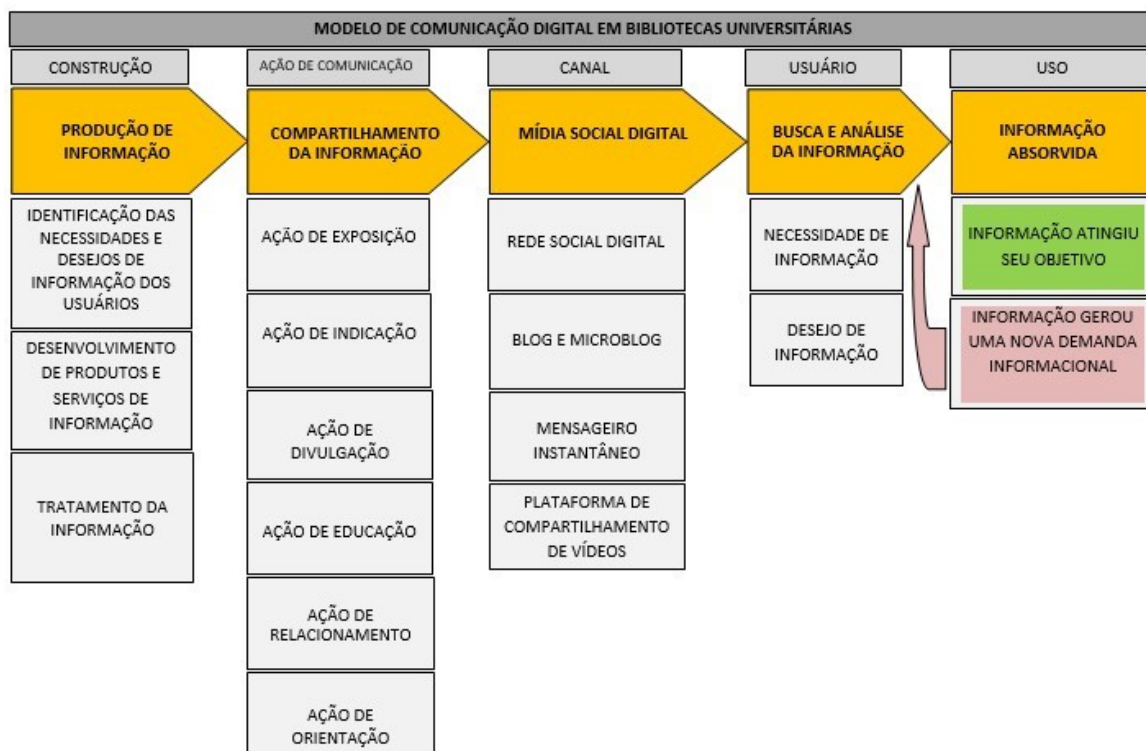
Nesse sentido, o arcabouço teórico desta pesquisa levou em consideração autores renomados que possuem estudos acerca dos temas, a exemplo de Choo (1998) que aborda o ciclo da gestão da informação; Le Coadic (2004), que pontua sobre o ciclo da informação; Ismaeel (2020), que mostra o modelo de comunicação digital; Danyal (2013), que traz os elementos básicos do sistema de comunicação digital, e González de Gómez (1999), que trata da relevância do uso de instrumentos norteadores para a gestão da informação.

Por meio de uma observação cuidadosa da qualidade da literatura encontrada, a avaliação resultou na apreciação das pesquisas dos autores supracitados como foco de estudo deste artigo, objetivando o embasamento para a construção de um modelo de comunicação voltado para as mídias sociais de bibliotecas universitárias. Diante disso, a revisão bibliográfica de maneira *sui generis* pode ser apontada como os passos iniciais e fundamentais para os estudos de natureza científica.

6 Resultados e discussões: modelo de comunicação das bibliotecas universitárias nos espaços infocomunicacionais

Os achados da pesquisa que culminaram na construção de um modelo de comunicação digital que ilustra o processo comunicativo das BU's, partem de uma pesquisa de doutorado mais profunda com uma análise mais crítica buscando conhecer as plataformas digitais de comunicação utilizadas pelas BU's que fizeram parte do estudo, além de categorizar os conteúdos publicados por essas bibliotecas. A construção do modelo de comunicação também tomou como base as reflexões acerca dos temas, bem como os modelos de comunicação já consolidados e descritos na literatura, ambos apresentados no arcabouço teórico deste artigo. A seguir, será apresentado o modelo de comunicação digital construído, incluindo cada etapa que o compõe.

Figura 9 - Modelo de comunicação digital em bibliotecas universitárias



Fonte: Elaborado pelos autores.

Para um melhor entendimento da Figura 9 – sendo essa a representação do modelo de comunicação digital em BU's – no que se refere a sua estrutura, retirou-se a parte considerada a base da ilustração, que está destacada com a cor amarelo, de onde emergem ramificações estruturadas a partir dos elementos que estão contidos em cada item que compõe a base do modelo, representado na Figura 10 a seguir.

Figura 10 - Base do modelo de comunicação digital em bibliotecas universitárias



Fonte: Elaborado pelos autores.

A base em destaque se constitui a parte principal do modelo de comunicação digital elaborado neste estudo, composto por cinco etapas, sendo elas:

6.1 Produção de informação

O elemento produção de informação está diretamente ligado ao item **construção**, uma vez que as atividades inerentes à geração de informação são realizadas durante esta etapa, sendo elas: a **identificação das necessidades e desejos de informação dos usuários, desenvolvimento de produtos e serviços de informação e o tratamento da informação**.

No que se refere à identificação das necessidades e desejos de informação dos usuários, bem como, ao desenvolvimento de produtos e serviços de informação, acima de tudo precisa estar focado no usuário; criar conteúdos e serviços voltados para as necessidades e desejos de informação do público-alvo gera ganhos tanto para a biblioteca quanto para os usuários.

No contexto das informações digitais que são compartilhadas nas mídias sociais, existe um grande volume de informação sendo criado e compartilhado nas plataformas digitais de comunicação todos os dias. Contudo, a biblioteca precisa estar atenta ao que é compartilhado em suas plataformas, pois há a necessidade de que esses conteúdos sejam, de fato, do interesse de seus usuários. Para isso, a biblioteca precisa sondar as necessidades e desejos de informação do seu público-alvo por meio de estudos com essa finalidade, para, a partir desse diagnóstico, desenvolver produtos e serviços estratégicos que gerem engajamento nos espaços infocomunicacionais.

Nesse sentido, a biblioteca pode utilizar os próprios recursos disponíveis nas plataformas de comunicação digital como aliados no processo comunicativo para estudar seus usuários, seja por meio das estatísticas que essas plataformas oferecem disponibilizando informações sobre os horários de picos de acesso aos canais, seja por meio das curtidas e comentários que os usuários realizam nos conteúdos compartilhados pela biblioteca. As ações dos usuários servem de termômetro para a biblioteca não apenas no desenvolvimento de produtos e serviços estratégicos, mas também identificar o momento exato de compartilhar as informações em suas plataformas de comunicação.

No que se refere ao tratamento da informação, cada plataforma exige uma modelagem e uma linguagem específicas a serem compartilhada. Sabe-se que um mesmo conteúdo pode ser apresentado ao usuário de maneiras diferentes de

acordo com a modelagem de cada canal de comunicação digital. Em determinadas plataformas, o conteúdo pode ser apresentado na forma de imagens estáticas acompanhadas de elementos textuais, enquanto em outras o mesmo conteúdo pode ser mostrado em forma de vídeo por exemplo. Esse mecanismo de apresentar a mesma informação de maneiras variadas torna menos cansativa e mais dinâmica e envolvente a relação da biblioteca com o usuário. Nesse sentido, o tratamento da informação no processo comunicativo digital constitui-se na adequação dos conteúdos desenvolvidos às linguagens próprias que cada plataforma de mídia social exige.

6.2 Compartilhamento de informação

O compartilhamento de informação está ligado à **ação de comunicação**, pois é no processo comunicativo que ocorre no ambiente das mídias sociais que as BU's praticam as ações de comunicação. As ações do processo comunicativo das BU's nas mídias sociais foram denominadas de **ações de exposição, indicação, divulgação, educação, relacionamento e orientação**, a saber:

- a) **ação de exposição** - é o ato de compartilhar informações nas mídias sociais a respeito da biblioteca, como os documentos institucionais e as variadas maneiras de estabelecer contato;
- b) **ação de indicação** - é o ato de compartilhar informações referentes a canais informacionais internos ou externos à biblioteca, nos quais o usuário possa ter acesso a informações fidedignas de natureza acadêmica, bem como serviços de referência *on-line*;
- c) **ação de divulgação** - é o ato de compartilhar mensagens sobre novidades que ocorrem no ambiente da biblioteca, como também da instituição mantenedora, acerca de produtos, serviços e eventos;
- d) **ação de educação** - é o ato de compartilhar informações que apresentem instruções sobre como utilizar os produtos e serviços disponibilizados pela biblioteca, bem como suas plataformas de informação e comunicação;

- e) **ação de relacionamento** - é o ato de interagir com o usuário por meio de chat *on-line*, respostas aos comentários nas postagens e formulários que coletam a percepção e/ou sugestão de produtos e serviços de informação;
- f) **ação de orientação** - é o ato de compartilhar informações que direcionem o usuário a encontrar as fontes de pesquisa ofertadas pela biblioteca ou por instituições externas, podendo ser o catálogo *on-line* do acervo, e-books e periódicos. As ações de comunicação possuem sua relevância dentro do processo comunicativo das BU's, uma vez que têm uma finalidade específica de acordo com o objetivo que a biblioteca pretenda alcançar.

A aplicabilidade de cada ação de comunicação se configura como um diferencial, pois pode aumentar a eficácia no processo comunicativo da biblioteca. Expor nas mídias sociais os valores, a missão e as políticas de funcionamento dos serviços da biblioteca é uma maneira de manter o público-alvo informado acerca de seus direitos e deveres como usuários da biblioteca. Indicar portais de pesquisa científica que disponibilizam informações consistentes e fidedignas configura-se uma atividade essencial da biblioteca enquanto disseminadora da informação. Promover os produtos e serviços que a biblioteca oferta, bem como fazer com que o usuário se sinta estimulado a utilizar os materiais informacionais constitui-se um dever da biblioteca em seu processo comunicativo.

Instruir os usuários por meio de videoaulas, a exemplo de como navegar passo a passo nas bases de dados e portais científicos, é uma maneira dinâmica de a biblioteca aproximar os usuários *on-line* da informação científica. A modernização dos processos comunicativos digitais, visando a inserção nas ferramentas digitais de comunicação nas quais os seus usuários estão presentes, dar feedback aos usuários em tempo hábil, mostrando-se interessada em dialogar e resolver as questões informacionais do seu público-alvo é uma maneira de estabelecer novos laços e cultivar os relacionamentos já existentes entre a biblioteca e seus usuários.

6.3 Mídia social digital

Está diretamente ligada ao **canal** pelo qual as informações são compartilhadas pelas BU's. Os canais são diversos e denominados como **rede social digital, blog e microblog, aplicativos de mensagens instantâneas e plataforma de compartilhamento de vídeo**. É por meio desses canais que as bibliotecas procuram expor para o público-alvo assuntos relativos ao cotidiano da biblioteca, bem como conteúdos relativos às áreas de interesses dos seus usuários, como, por exemplo, a divulgação de eventos internos e externos das variadas áreas científicas às quais a biblioteca presta apoio à pesquisa. Por meio das mídias sociais digitais também são divulgadas as aquisições recentes de produtos e as novas ofertas de serviços, tudo isso de uma maneira que envolve e atrai a atenção do usuário.

Os mensageiros instantâneos são utilizados pelas bibliotecas para a comunicação ágil e interativa com seus usuários. A popularização de canais como o WhatsApp, entre outros mensageiros similares, é perceptível, sendo tais tecnologias cada vez mais utilizadas por instituições com e sem fins lucrativos de maneira profissional. O WhatsApp é uma ferramenta de comunicação a ser explorada em larga escala pelas bibliotecas devido ao seu uso por parte do público-alvo, pois, é dever da biblioteca estar inserida nos espaços de comunicação digital aos quais estão presentes um grande percentual de seus usuários. Esse é um dos elementos que viabilizam o sucesso do processo comunicativo moderno e dinâmico.

No que se refere às plataformas de compartilhamento de vídeos, como o YouTube, elas têm sido utilizadas por diversas bibliotecas. Essa plataforma é bastante interessante para a biblioteca divulgar tutoriais de como utilizar seus produtos e serviços de informação. Além disso, é possível utilizá-la para divulgar minicursos sobre como preservar o acervo, o que pode gerar ganhos para a biblioteca, que terá seu acervo mais cuidado. Para os usuários os ganhos estão em acessar produtos mais preservados, permitindo sua utilização por períodos mais longos, uma vez que as bibliotecas sofrem bastante com a deterioração precoce de suas obras impressas, muitas vezes tornando-as inutilizáveis.

6.4 Busca e análise da informação

A etapa busca e análise da informação está ligada ao **usuário**, uma vez que essa etapa, dentro do processo comunicativo, é realizada pelo público-alvo que busca as informações para sanar sua **necessidade de informação** ou **desejo de informação**. As necessidades e desejos de informação por parte dos usuários estão diretamente relacionados ao seu cotidiano pessoal e profissional, pois esses elementos são os motivadores que despertam o desejo ou a necessidade de sanar alguma lacuna informacional. Nesse sentido, é necessário que a biblioteca realize pesquisas e estudos frequentes para conhecer mais a fundo os perfis do seu público-alvo, e, com isso, fornecer os recursos informacionais estratégicos para sanar essas necessidades ou desejos.

Nesta perspectiva, a biblioteca como detentora e disseminadora de informações consistentes e fidedignas se configura uma excelente fonte de informação para os usuários, uma vez que, no momento da busca e do uso de uma informação por parte do usuário, ele considera as qualidades que determinam a pertinência da informação compartilhada. Pode-se concluir que as necessidades e os desejos de informação em determinados contextos da vida do usuário estão vinculados a fatores como a dimensão afetiva, cognitiva e sociotécnica.

6.5 Informação absorvida

A fase informação absorvida está diretamente ligada à etapa do **uso**, tendo em vista que a absorção da informação pressupõe a aplicação que o usuário fará ao ter em posse a informação buscada e analisada por ele. Quando a informação é encontrada pelo usuário que realizou a busca, após analisar essa informação e transformá-la em conhecimento, seguem-se duas vertentes: a primeira indica que **a informação atingiu seu objetivo**, e a segunda vertente indica que **a informação gerou uma nova demanda informacional**.

Quando a informação atinge seu objetivo, sanando a necessidade ou desejo de informação desse usuário, o processo envolve a assimilação da informação encontrada e sua incorporação cognitiva. Com isso, é provável que essa informação, transformada em conhecimento, seja aplicada na criação de novos produtos informacionais, como artigos científicos, patentes, palestras, entre

outros similares. Nessa perspectiva, a informação absorvida gera ganhos tanto para o usuário, que a utilizou para a finalidade que o motivou a buscá-la, quanto para a sociedade, poderá usufruir dos produtos gerados a partir dessa aplicação.

No que se refere à segunda vertente - de que a informação gerou uma nova demanda informacional -, a mesma está relacionada ao momento em que o usuário realiza a busca e encontra a informação de que necessita. Por sua vez, essa informação, ao se transformar em conhecimento e promover uma mudança na forma de pensar do indivíduo, faz com que ele necessite ou deseje buscar uma segunda informação, como algo complementar à primeira encontrada. Diante disso, conclui-se que a informação inicialmente encontrada estimulou no usuário o desejo ou a necessidade de uma nova busca informacional. Essa etapa segue-se como um processo cíclico até que o usuário encontre a informação que sanará sua necessidade ou desejo informacional, atingindo o objetivo pretendido e encerrando, dessa maneira, o processo de busca e análise.

Conhecer as necessidades e os desejos de informação dos seus usuários é o ponto de partida para que a biblioteca crie conteúdos estratégicos, eficazes e envolventes. Ter um conhecimento aprofundado dos interesses informacionais do público-alvo permitirá a diversificação e a personalização da informação, além da criação de conteúdos estratégicos alinhados às demandas dos usuários. Isso gera ganhos para ambas as partes: a biblioteca, que manterá o foco no desenvolvimento de conteúdos eficientes, e os usuários, que se beneficiarão de informações personalizadas. Com base no modelo de comunicação digital construído nesta pesquisa, podem-se elencar alguns ganhos recíprocos para a biblioteca e os usuários por meio da aplicabilidade de cada etapa que constitui sua base:

Quadro 1 - Ganhos gerados com a aplicabilidade das etapas que compõem o modelo digital de comunicação

Etapas	Aplicabilidade	Ganhos para a biblioteca	Ganhos para o usuário
Produção de Informação	Criação de conteúdos estratégicos com base nas necessidades e desejos de informação dos usuários	Utilização eficiente do tempo destinado à criação de conteúdos estratégicos, uma vez que, se baseia em necessidades e desejos concretos do público-alvo	Acesso à conteúdos personalizados com base em suas necessidades e anseios informacionais
Compartilhamento da Informação	Direcionamento dos conteúdos estratégicos por meio das ações de comunicação	Compartilhamento da informação com base nos estudos estatísticos e de usuários, respeitando os melhores horários e a personalização do conteúdo respectivamente	Obtenção de informações disseminadas por meio de um processo organizado e direcionado para suas necessidades e desejos informacionais
Mídia Social Digital	Utilização de canais modernos de comunicação para o processo comunicativo digital	Comunicação por meio de canais modernos, os quais estão presentes um grande percentual do público-alvo da biblioteca	Acesso à informações consistentes por meio de canais de comunicação modernos e dinâmicos
Busca e Análise da Informação	Conteúdos estratégicos compartilhados nas mídias sociais das bibliotecas	Realização do compartilhamento de recursos informacionais estratégicos, consistentes e fidedignos	Obtenção de informações pertinentes para serem aplicadas em suas atividades, seja profissional ou de lazer
Informação Absorvida	Assimilação da informação encontrada e sua incorporação cognitiva	Possibilidade de retorno dos produtos informacionais oriundos da aplicabilidade realizada pelo usuário após a assimilação da informação (livros, artigos, etc.)	Obtenção de conhecimento por meio da informação assimilada, sanando sua necessidade/desejo de informação

Fonte: Elaborado pelos autores.

Nesta perspectiva, o processo comunicativo das BU's nas mídias sociais constitui um caminho que requer bastante dedicação, pois demanda proatividade no desenvolvimento de conteúdos que sejam estratégicos, relevantes e envolventes. Diante disso, é primordial que a biblioteca tenha clareza acerca de

como se configura o seu processo comunicativo digital, conhecendo quais são as etapas que constituem esse processo, além de buscar entender como as ações de comunicação podem beneficiar e trazer eficácia à sua relação comunicativa com o usuário, gerando ganhos para ambos.

7 Considerações finais

Um modelo de comunicação digital pode configurar-se como uma referência para a definição de estratégias voltadas para o processo comunicativo da biblioteca nas mídias sociais, contribuindo favoravelmente para uma melhor compreensão e controle do fluxo informacional. Nesse sentido, permite que sejam tomadas decisões eficientes acerca das ações a serem praticadas no processo comunicativo digital, devido à clareza das ideias que esse tipo de instrumento permite visualizar.

Foram necessárias leituras acerca de modelos de processo comunicativo e do processo comunicativo nos espaços infocomunicacionais, as quais propiciaram conhecer autores renomados que desenvolveram modelos do processo de gerenciamento da informação, bem como modelos de comunicação e do ciclo informacional. Obter conhecimento sobre esses modelos configurou-se como uma base essencial para a construção do modelo de comunicação digital em bibliotecas universitárias desenvolvido nesse estudo.

A pesquisa exigiu leituras acerca do uso de modelos como instrumentos norteadores da gestão das ações de informação nos espaços infocomunicacionais, compreendidos como instrumentos norteadores da gestão das ações de informação/comunicação nas mídias sociais, o que possibilitou compreender como os modelos podem se configurar em excelentes norteadores para a gestão eficaz das ações de comunicação, levando ao sucesso do processo comunicativo digital da biblioteca.

Respondendo ao objetivo proposto, sendo este: teorizar e construir um modelo de comunicação digital voltado para as mídias sociais de bibliotecas universitárias, desenvolveu-se um modelo de comunicação digital que tem como pontos fortes: a **produção**, o **compartilhamento**, o **canal**, a **busca** e o **uso** da informação. O modelo em questão é composto por cinco etapas consideradas essenciais no processo comunicativo digital de qualquer biblioteca que se

proponha a inserir-se nas plataformas modernas de comunicação, como é o caso das plataformas de mídias sociais.

Por fim, possuir um modelo de comunicação digital como guia no processo comunicativo da biblioteca contribui para um melhor gerenciamento da dimensão comunicativa da gestão da informação, tendo em vista que os modelos podem constituir-se ferramentas a serem utilizadas para consolidar com eficácia o processo comunicativo digital nas plataformas de mídias sociais, sendo utilizados como apoio desde a produção da informação por parte da biblioteca até o uso da informação por parte dos usuários.

Concluindo, a pesquisa preenche uma lacuna na literatura da ciência da informação ao apresentar um novo modelo e dados originais sobre comunicação digital em bibliotecas universitárias. Para a sociedade, a construção de um modelo de comunicação digital para bibliotecas universitárias, fruto desta pesquisa, tem o potencial de transformar a forma como as bibliotecas gerenciam a comunicação com seus usuários, promovendo uma melhor gestão do ciclo da informação e do processo comunicativo de maneira geral, objetivando um acesso mais eficiente à informação por parte do público-alvo.

Referências

ALVES, C. D. Informação na twitosfera. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 9, n. 1, p. 92-105, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.20396/rdbci.v9i1.1921> . Acesso em: 19 set. 2024.

AMARAL, D. C; ROZENFELD, H. Explicit knowledge management on the product development process. **Product: Management and Development**, [s.l.], v.1, n.1, p. 49-57, 2001.

CHOO, C. W. **Information management for the intelligent organization: the art of scanning the environment**. 2. ed. Medford: ASIS&T, 1998.

CHOO, C. W. **Gestão da informação para a organização inteligente: a arte de explorar o meio ambiente**. Lisboa: Caminho, 2003.

CUNHA, M. B.; CAVALCANTI, C. R. Dicionário de biblioteconomia e arquivologia. Brasília: Briquet de Lemos, 2008.

DANYAL, B. **Digital communication system**. [S.l.: s.n.], 2013. 15 slides.

DEFLEUR, M. L. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.

FREIRE, G. H. A. Construção participativa de instrumento de política pública para gestão e acesso à informação. **Perspectiva em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 13, n. 3, p. 195-207, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-99362008000300013> . Acesso em: 19 set. 2024.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. Da política de informação ao papel da informação na política contemporânea. **Revista Internacional de Estudos Políticos**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 67-93, 1999.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. Escopo e abrangência da Ciência da Informação e a Pós-Graduação na área: anotações para uma reflexão. **Transinformação**, Campinas, v. 15, n. 1, p. 31-43, 2003.

ISMAEEL, A. G. **Introduction to information theory: entropy**. [S.l.: s.n.], 8 Oct. 2020. 22 slides.

LASSWELL, H. The Structure and function of communication in society. In: BRYSON, L. **The Communication of ideas**. New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948.

LAZER, W. The role of models in marketing. **Journal of Marketing**, Thousand Oaks, v. 26, n. 2, p. 9-14, 1962. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/002224296202600202> . Acesso em: 19 set. 2024.

LE COADIC, Y. F. **A ciência da informação**. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

LIMA, A. C. E. S. **Mineração de mídias sociais como ferramenta para a análise da tríade da persona virtual**. 2016. Tese (Doutorado em Engenharia Elétrica e Computação) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2016.

MADEIRO, F.; LOPES, W. T. A. Introdução à compressão de sinais. **Revista de Tecnologia da Informação e Comunicação**, Madeira, v. 1, n. 1, p. 33-40, 2011.

MARCHIORI, P. Z. A ciência e a gestão da informação: compatibilidades no espaço profissional. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 31, n. 2, p. 72-79, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-19652002000200008> . Acesso em: 19 set. 2024.

MCQUAIL, D.; WINDAHL, S. **Communication models for the study of mass communications**. London: Longman, 1993.

MCQUAIL, D.; WINDAHL, S. **Modelos para el estudio de la comunicación colectiva**. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, 1997.

MCQUAIL, D.; WILNDAHL, S. **Modelos de comunicação: para o estudo da comunicação de massas**. Lisboa: Notícias, 2003.

MEADOWS, A. J. Comunicação. **Revista da biblioteconomia de Brasília**, Brasília, v. 25, n. 2, p. 239-254, 2001.

MONTEIRO, S. A.; DUARTE, E. N. Bases teóricas da gestão da informação: da gênese às relações interdisciplinares. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, v. 9, n. 2, p. 89-106, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-19652002000200008> . Acesso em: 19 set. 2024.

PIMENTEL, C. J. L. **Comunicação digital**. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

ROMANO, F. M. *et. al.* O Impacto das mídias sociais digitais na comunicação organizacional das empresas. **Future Studies Research Journal**, São Paulo, v. 6, n.1, p. 53-82, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.24023/FutureJournal/2175-5825/2014.v6i1.119> . Acesso em: 19 set. 2024.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. D. P. B. **Metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Grupo A, 2013.

SAYÃO, L. F. Modelos teóricos em ciência da informação: abstração e método científico. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 82-91, 2001. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-19652001000100010> . Acesso em: 19 set. 2024.

SHANNON, C. E.; WEAVER, W. **The Mathematical Theory of Communication**. Urbana: University of Illinois Press, 1949.

SILVA, A. M. **A informação: da compreensão do fenômeno e construção do objeto científico**. Porto: Afrontamentos, 2006.

SOUZA, F. das C. *et al.* Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em ciência da informação. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 27-46, 2010.

TELLES, A. **A revolução das mídias sociais**. São Paulo: M. Books, 2011.

TYMOSHCHUK, O. *et al.* Mediação digital para a inovação territorial: um estudo de caso múltiplo em redes sociais digitais. **Observatorio (OBS*) Journal**, Lisboa, v. 13, n. 4, p. 70-88, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.15847/obsOBS13420191435> . Acesso em: 19 set. 2024.

VELERIO, P. M.; PINHEIRO, L. V. R. Da comunicação científica à divulgação. **TransInformação**, Campinas, v. 20, n. 2, p. 159-169, 2008.

The strategic use of digital communication models in the management of infocommunication spaces in university libraries

Abstract: This research addresses the communication process models, the communication process in infocommunication spaces and the use of models as guiding instruments for the management of information actions in infocommunication spaces. The objective is to theorize and construct a communication model focused on the social media of university libraries. The research is exploratory in nature and descriptive-explanatory, based on an investigation and critical evaluation of pertinent retrospective studies, in order to facilitate the construction of ideas and concepts about the themes. The results of the research were obtained through the analysis of the models of the information management cycle and the digital communication models found described in the literature. Based on the analysis carried out and contrasting it with the contemporaneity of digital media, a model was constructed that illustrates the communication process of university libraries in digital communication spaces. In conclusion, the study presents a digital communication model that can be used by any library that wishes, with the differential of being able to adapt it to the communication process of libraries in modern infocommunication spaces.

Keywords: digital communication; university libraries; infocommunication spaces; information cycle; information management

Declaração de autoria

Concepção e elaboração do estudo: Walqueline da Silva Araújo, Gustavo Henrique Araújo Freire

Coleta de dados: Walqueline da Silva Araújo, Gustavo Henrique Araújo Freire

Análise e interpretação de dados: Walqueline da Silva Araújo, Gustavo Henrique Araújo Freire

Redação: Walqueline da Silva Araújo, Gustavo Henrique Araújo Freire

Revisão crítica do manuscrito: Walqueline da Silva Araújo, Gustavo Henrique Araújo Freire

Autoria para correspondência

Walqueline Araújo

walqueline.araujo@gmail.com

Como citar

ARAÚJO, Walqueline; FREIRE, Gustavo. O uso estratégico de modelos de comunicação digital na gestão dos espaços infocomunicacionais de bibliotecas universitárias. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 31, e-142663, 2025. <https://doi.org/10.1590/1808-5245.31.142663>

Recebido: 20/09/2024

Aceito: 30/01/2025



¹ DANCE, F. Toward a theory of human communication. In: DANCE, F. **Human communication theory**: original essays. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1967. *Apud* McQuail e Windhal, (1997).