

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

GABRIELA RODRIGUES ARAÚJO

DIFERENTES USOS DO TWITTER PARA A DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Maceió

2023

GABRIELA RODRIGUES ARAÚJO

DIFERENTES USOS DO TWITTER PARA A DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal de Alagoas, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharelado em Biblioteconomia.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Aparecido Rodrigues do Prado.

Maceió

2023

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecária Responsável: Maria Helena Mendes Lessa – CRB4 - 1616

A663d Araújo, Gabriela Rodrigues.

Desenvolvimento da comunicação e a propagação da informação: dos primórdios às redes sociais com uma análise focada no Twitter / Gabriela Rodrigues Araújo. – 2023.

86 f. : il. color.

Orientador: Marcos Aparecido Rodrigues do Prado.

Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Biblioteconomia) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes. Maceió, 2023

Bibliografia: f. 79-86.

1. Twitter. 2. Desordem informacional. 3. Propagação de informação.
4. *Fake news*. 5. Mídia digital. I. Título.

CDU: 02:007

Folha de Aprovação

GABRIELA RODRIGUES ARAÚJO

DIFERENTES USOS DO *TWITTER* PARA A DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à banca examinadora do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal de Alagoas em 30 de junho de 2023.

Documento assinado digitalmente
 **MARCOS APARECIDO RODRIGUES DO PRAI**
Data: 24/07/2023 20:00:59-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

(Orientador – Prof. Dr. Marcos Aparecido Rodrigues do Prado, UFAL)

Banca examinadora:

Documento assinado digitalmente
 **FRANCISCA ROSALINE LEITE MOTA**
Data: 29/07/2023 22:18:00-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

(Examinadora Interna – Profa. Dra. Francisca Rosaline Leite Mota, UFAL)

Documento assinado digitalmente
 **NELMA CAMELO DE ARAUJO**
Data: 31/07/2023 09:48:55-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

(Examinador Interno – Profa. Dra. Nelma Camêlo de Araujo, UFAL)

Dedico este trabalho aos meus amados irmãos mais novos, João Vitor Rodrigues Araújo e Pedro Miguel Rodrigues da Silva. Espero que um dia eu possa ser uma fonte de inspiração e orgulho para vocês, assim como vocês são para mim.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar meu profundo agradecimento às pessoas que tornaram possível a realização deste trabalho e que têm um lugar especial em meu coração. Aos meus queridos amigos de faculdade, Katty Winne Gomes da Silva, Kerolayne de Castro Lima, Vanessa Mayara Marques da Silva e Vinicius de Souza Vieira, compartilhar essa jornada acadêmica ao lado dessas pessoas foi a melhor coisa que me aconteceu nos últimos anos. Foram minha fonte de apoio, encorajamento e risadas durante todo o percurso, e sou grata por ter amigos tão maravilhosos e verdadeiros ao meu lado.

Gostaria também de agradecer minha amada família, em especial minha mãe, Sabryna de Souza Rodrigues, e minha tia, Suzana Maria Rodrigues. Que foram meus pilares de força, me criaram com amor e dedicação, e sempre acreditaram em mim. Sou imensamente grata por todo o suporte emocional e apoio incondicional que recebi de vocês ao longo dessa jornada acadêmica.

E principalmente o mais profundo agradecimento ao meu orientador, Marcos Aparecido Rodrigues do Prado, o homem mais sábio e paciente que pude conhecer em vida, obrigada por ter me apoiado e motivado durante todo esse percurso. Seu amor, amizade e orientação foram essenciais para minha realização pessoal e acadêmica. Muito obrigada por tudo!

"It makes me who I am". (REIS, 2020)

RESUMO

O *Twitter* é uma das redes sociais mais influentes e dinâmicas da atualidade, e seu alcance o torna um disseminador de informações rápido e eficaz. Deste modo, será explorado as diferentes formas pelas quais o *Twitter* é empregado como um canal de comunicação, compreendendo desde sua utilização em eleições e movimentos sociais até seu papel na criação de grupos de interesse comum. Investigaremos como essa plataforma tem se tornado um meio influente para compartilhar informações relevantes, e o impacto que tem desempenhado na sociedade. Com embasamento em estudos e pesquisas, será analisado a totalidade em que o *Twitter* se implanta e como ele tem influenciado nossa forma de compartilhar e interagir com informações.

Palavras-chave: *twitter*, propagação de informação; comunicação; influência.

ABSTRACT

Twitter is one of the most influential and dynamic social networks today, and its reach makes it a fast and effective disseminator of information. In this way, the different ways in which Twitter is used as a communication channel will be explored, ranging from its use in elections and social movements to its role in the creation of common interest groups. We will investigate how this platform has become an influential medium for sharing relevant information, and the impact it has had on society. Based on existing studies and research, the totality in which Twitter is implemented and how it has influenced our way of sharing and interacting with information will be analyzed.

Keywords: *twitter; propagation of information; communication; influence.*

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 – Donald Trump sobre a CNN.
- Figura 2 – Donald Trump sobre a mídia e o *establishment*.
- Figura 3 – Donald Trump utilizando o termo “*drain the swamp*”.
- Figura 4 – *Tweet* de Eric Schwartz “*#NeverTrump* Porque a gente precisa de um líder com caráter, não de um personagem”.
- Figura 5 – *Tweet* de Greg Jeske utilizando *#DumpTrump* “A América precisa de grandes mãos”
- Figura 6 – Jair Bolsonaro sobre o PT.
- Figura 7 – Jair Bolsonaro sobre PSDB.
- Figura 8 – Jair Bolsonaro sobre MST.
- Figura 9 – Jair Bolsonaro sobre Haddad.
- Figura 10 – Canal de Notícia Mídia Ninja sobre o movimento *#EleNão*.
- Figura 11 – Jogador de futebol Dirono sobre o movimento *#OneLove*.
- Figura 12 – Político Suplicy sobre o movimento *#OneLove* na Copa.
- Figura 13 – *Tweet* de Sim sobre os protestos do movimento *#BlackLivesMetter*.
- Figura 14 – *Tweet* de Raina sobre as prateleiras dedicadas ao *booktok* nas livrarias.
- Figura 15 – *Tweet* do autor brasileiro Pedro Rhuas divulgando seu livro através da plataforma *Twitter* para o *fandom* do *booktok*.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

DM	Mensagem direta
ARS	Análise de Redes Sociais
RT	<i>Retweet</i>
MAGA	<i>Make America Great Again</i>
PT	Partido dos Trabalhadores
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
MST	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
FIFA	Federação Internacional de Futebol

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA.....	14
1.2 OBJETIVOS.....	14
1.3 JUSTIFICATIVA.....	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	17
2.1 COMUNICAÇÃO AO LONGO DA HISTÓRIA.....	18
2.2 EVOLUÇÃO DA COMUNICAÇÃO ATÉ AS REDES SOCIAIS.....	22
2.3 COMUNICAÇÃO, MÍDIAS SOCIAIS E INFLUÊNCIA DO <i>TWITTER</i>	27
3 <i>TWITTER</i> COMO PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO.....	31
3.1 ANÁLISE DE REDES SOCIAIS.....	32
3.2 ESTRUTURA E FUNCIONALIDADES DO <i>TWITTER</i>	34
4 <i>TWITTER</i> NA DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES.....	37
4.1 ANÁLISE DE SITUAÇÕES NO <i>TWITTER</i>	40
4.1.1 ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS.....	41
4.1.2 COPA DO MUNDO DO QATAR: LEIS E HOMOFOBIA.....	51
4.1.3 MOVIMENTOS DE ATIVISMO E PROTESTO.....	54
4.1.4 <i>FANDOMS</i> LITERÁRIOS NO <i>TWITTER</i>	57
5 CONFIANÇA INFORMACIONAL DO <i>TWITTER</i>.....	61
5.1 PROFISSIONAIS DA INFORMAÇÃO CONTRA AS <i>FAKE NEWS</i>	62
6 <i>TWITTER</i> NA ESFERA PÚBLICA E NA BIBLIOTECONOMIA.....	69
6.1 REFLEXÕES SOBRE O PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO.....	70
6.2 USO DO <i>TWITTER</i> POR INSTITUIÇÕES BIBLIOTECÁRIAS.....	76
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	78
REFERÊNCIAS.....	79

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como foco entender, através de uma análise de diversas situações e acontecimentos relevantes no contexto do *Twitter*, a disseminação da informação na era digital. Realizando uma discussão embasada em estudos sobre a influência na comunicação na sociedade contemporânea, adotando a percepção do uso da tecnologia como um importante influenciador social, formadora de opiniões e grupos.

Será analisado como o *Twitter* tem impactado a disseminação de informações, as interações entre usuários e o engajamento social, bem como o papel desempenhado pela plataforma na formação de opiniões, debates públicos e mobilização social.

O *Twitter* é um local onde os indivíduos podem se reunir, compartilhar informações, debater ideias e influenciar as decisões políticas e sociais. É um local de troca de ideias, argumentação racional e deliberação coletiva. Por meio desse espaço, os cidadãos podem expressar suas opiniões, buscar informações, formar opiniões informadas e participar ativamente na vida pública. A plataforma tem sido amplamente utilizada como um espaço de esfera pública, onde os usuários podem compartilhar informações, expressar opiniões, participar de debates e engajar-se em questões de interesse público. O *Twitter* permite uma comunicação instantânea e em tempo real, o que facilita a disseminação de informações e a interação entre os usuários.

Nesse contexto, o *Twitter* torna-se uma ferramenta importante para a discussão pública e a mobilização social. Sua influência o tornou um objeto de estudo relevante para compreendermos a dinâmica da comunicação na era digital.

Ao conduzir uma análise aprofundada sobre o tema proposto, obtém-se percepções sobre as implicações sociais, culturais e políticas da comunicação contemporânea, bem como compreender os desafios e as oportunidades que surgem nesse contexto. Além disso, a pesquisa contribuirá para o desenvolvimento de estratégias de comunicação mais eficazes, tanto para profissionais da área de biblioteconomia quanto para usuários do *Twitter* e outras redes sociais.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

- Como o Twitter tem influenciado o desenvolvimento e a propagação da comunicação na sociedade contemporânea, considerando suas características distintivas, como velocidade, alcance e interação em tempo real?
- De que forma esse impacto se manifesta em situações envolvendo eleições, movimentos sociais e criação de um ambiente confortável para pessoas com interesse em comum?
- Além disso, como a rede social pode beneficiar a biblioteconomia?

1.2 OBJETIVOS

- Investigar as características distintivas do *Twitter* como plataforma de comunicação, como velocidade, alcance e interação em tempo real. Será analisado o alcance do *Twitter*, que permite que as mensagens atinjam um público amplo e diversificado.
- Explorar temas específicos abrangentes na rede, sendo utilizado a observação dos mecanismos de alcance e viralidade presentes na plataforma e como eles contribuem para a disseminação de conteúdos e discussões. Essa análise contribuirá para uma melhor compreensão do papel do *Twitter* na disseminação de informações, no engajamento social e na formação de opiniões, tendo relevância tanto no campo da comunicação quanto na área da biblioteconomia.
- Analisar o impacto do *Twitter* na prática da biblioteconomia, considerando seu potencial para a disseminação de informações bibliográficas, promoção de serviços e interação com os usuários. Será explorado como o *Twitter* pode ser uma ferramenta eficiente para alcançar um público amplo e diversificado, ampliando o alcance das bibliotecas e promovendo a democratização do acesso à informação. Sendo investigado como o *Twitter* facilita a interação entre bibliotecários e usuários, por meio de respostas a perguntas, compartilhamento de conteúdo relevantes e trocas de informações.
- Compreender o impacto do *Twitter* na prática da biblioteconomia, considerando sua capacidade de disseminação de informações bibliográficas, promoção de serviços e interação com os usuários.

1.3 JUSTIFICATIVA

O tema escolhido para este trabalho, que aborda a influência e o impacto do *Twitter* na disseminação da informação, é de grande relevância para mim devido à minha longa jornada como usuária da plataforma desde 2010. Ao longo desses anos, o *Twitter* tornou-se o local onde tive minhas primeiras interações virtuais, e foi nele que cresci, amadureci minhas características e moldei minha forma de pensar ao longo do tempo, influenciada pela interação e experiências que vivenciei na plataforma do *Twitter*.

Ao utilizar o *Twitter* por mais de uma década, pude observar uma boa parte da evolução da plataforma e como essa rede social se tornou uma parte integral da vida muitas pessoas em todo o mundo. Além disso, como uma usuária ativa, pude acompanhar diversas situações em que o *Twitter* exerceu um papel crucial na sociedade. Através dele, tive acesso a informações sobre eventos importantes, debates políticos, movimentos sociais e assuntos de interesse público, ampliando minha compreensão sobre diversos temas.

Minhas experiências no *Twitter* também me permitiram criar um ambiente confortável para interagir com pessoas de diferentes lugares do mundo que compartilham dos mesmos interesses e ideais. Essa diversidade de perspectivas proporcionou um enriquecimento significativo em minha vida pessoal, sendo assim, também criando uma extensão pra minha vida acadêmica.

O interesse em explorar o tema do *Twitter* para este trabalho acadêmico se justifica, portanto, pela minha experiência pessoal e profunda conexão com a plataforma. Acredito que, ao investigar suas características distintivas, impacto em situações importantes, e como pode ser benéfico para áreas específicas, como a biblioteconomia, poderei contribuir para uma compreensão mais aprofundada da influência das redes sociais na sociedade contemporânea.

No entanto, é importante reconhecer que o uso do *Twitter* também apresenta desafios, como a disseminação de informações falsas, a polarização de opiniões, entre outros aspectos. Esses desafios destacam a necessidade de uma compreensão

crítica e habilidades de avaliação por parte dos usuários, para que possam distinguir entre informações confiáveis e enganosas.

Diante do exposto, o estudo é de suma importância para compreendermos as transformações sociais, políticas e culturais decorrentes dessa plataforma. Investigar seus impactos, desafios e oportunidades contribuirá para uma reflexão aprofundada sobre a influência da comunicação em tempo real e sua relação com a formação de opiniões, mobilização social e participação da sociedade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica para o tema será embasada em estudos de biblioteconomia que abordam a evolução da comunicação e o papel das redes sociais na disseminação da informação. A seguir, serão apresentados alguns conceitos e estudos relevantes dentro do campo da biblioteconomia.

Como a Gestão da Informação, que para Milano e Davok (2009), a gestão da informação pode ser entendida como um conjunto de atividades que buscam planejar o acesso, controlar a obtenção, o tratamento e a distribuição de informações, internas e externas, relevantes para organizações e pessoas. A gestão da informação é uma área de estudo da biblioteconomia que se dedica a compreender como as informações são organizadas, acessadas e utilizadas. No contexto da evolução da comunicação, é importante explorar como a gestão da informação tem se adaptado às mudanças tecnológicas e à disseminação de informações nas redes sociais, incluindo o Twitter.

Segundo Campello e Campos (1993), as fontes possuem algumas características que lhe são peculiares: grande quantidade de publicações, informações obsoletas por causa do pequeno intervalo entre uma publicação e outra e a pouca divulgação; no entanto, delas são extraídas ricas experiências.

A comunicação científica é um campo que investiga como os resultados da pesquisa são comunicados e disseminados. Estudos nessa área podem fornecer percepções sobre como a comunicação acadêmica tem sido impactada pelas redes sociais, incluindo o Twitter, e como isso afeta a propagação do conhecimento científico.

Conforme Arruda e Chagas (2002, p. 99) as “fontes de informação designam todos os tipos de meios (suportes) que contém informações suscetíveis de serem comunicadas”.

No processo de aprendizagem, a busca, o acesso e o uso de fontes de informação facilitam a solução de problemas informacionais e colaboram na geração e inovação do conhecimento. (REIS, 2005, p.17)

A preservação digital é uma preocupação crescente no campo da biblioteconomia, especialmente com a rápida evolução tecnológica. Ao explorar a

propagação da comunicação nas redes sociais, como o *Twitter*, é essencial considerar as questões relacionadas à preservação e acesso a conteúdos digitais, bem como os desafios de preservar informações geradas nesses ambientes.

Ao fundamentar-se em estudos de biblioteconomia, é possível analisar o desenvolvimento da comunicação ao longo do tempo, desde seus estágios iniciais até as redes sociais contemporâneas, com um enfoque no *Twitter*. Essa abordagem permitirá compreender o papel das bibliotecas e dos profissionais da informação na gestão e disseminação da informação nesse contexto digital, além de explorar as implicações éticas, legais e técnicas envolvidas na análise da comunicação nas redes sociais.

2.1 COMUNICAÇÃO AO LONGO DA HISTÓRIA

A comunicação é uma parte essencial da experiência humana e tem desempenhado um papel fundamental no desenvolvimento da sociedade ao longo da história. Desde os primórdios da civilização, os seres humanos têm buscado formas de se comunicar e compartilhar informações para expressar suas necessidades, sentimentos, conhecimentos e ideias.

Nos estágios iniciais da comunicação humana, a linguagem oral desempenhou um papel central. Por meio da fala, as pessoas podiam transmitir informações, contar histórias, transmitir conhecimentos e se relacionar socialmente. A linguagem oral permitiu a formação de grupos sociais e o desenvolvimento de culturas e tradições compartilhadas.

A criação de uma determinada quantidade de símbolos conduziu o ser humano a estabelecer um método de ordenação para unir esses símbolos entre si, se não houvesse ordenação, a utilização caótica dos símbolos dificultaria a comunicação. Foi essa união que deu origem à linguagem. Deste modo, Bordenave (1982, p. 25) afirma que “de posse de repertórios de signos, e de regras para combiná-los, o homem criou a linguagem”. A declaração de Bordenave diz respeito à linguagem verbal (falada ou escrita) de forma clara e precisa, e não à linguagem em seu sentido mais amplo, que

engloba a capacidade do ser humano de produzir sons diferenciados e em tons melodicamente diferentes para expressar sensações.

Com o surgimento da escrita, por volta de 4000 a.C., a comunicação deu um salto significativo. A escrita permitiu que informações fossem registradas e transmitidas ao longo do tempo, transcendendo as limitações da memória humana. A escrita também abriu caminho para a disseminação de conhecimentos complexos e a preservação da história, das leis, da religião e da literatura.

A biblioteconomia, como campo de estudo e prática, está intrinsecamente ligada à comunicação ao longo da história. Os profissionais da biblioteconomia têm desempenhado um papel crucial na preservação, organização e disseminação dessas informações, contribuindo para a evolução e o desenvolvimento da comunicação em diferentes períodos.

A invenção da imprensa por Johannes Gutenberg, no século XV, distinguiu outro marco importante na história da comunicação. A impressão em massa possibilitou a reprodução rápida e acessível de textos, expandindo o alcance da informação e da literatura. Isso contribuiu para a disseminação do conhecimento e impulsionou o movimento intelectual conhecido como Iluminismo.

Com o advento da imprensa, a biblioteconomia teve que lidar com o desafio de gerenciar e disseminar grandes volumes de informação impressa. Os bibliotecários desenvolveram técnicas e metodologias para catalogar e organizar os livros, facilitando o acesso dos usuários às informações desejadas. Além disso, eles atuaram como disseminadores de conhecimento, fornecendo orientação e recomendações aos usuários sobre os materiais disponíveis nas bibliotecas.

Desde os primórdios da biblioteconomia, quando as primeiras bibliotecas foram estabelecidas nas antigas civilizações, a comunicação foi um elemento essencial.

Entre os séculos VII e VIII a.C surgem as grandes bibliotecas da Antiguidade, dentre elas a biblioteca de Alexandria, quer e presenta o ápice desse período. Essa biblioteca, uma das maiores já conhecidas, sobreviveu a muitos saques e catástrofes naturais e parte do seu acervo “foi constituído [...] a partir de um decreto de Ptolomeu III em que todos os navios que parassem em Alexandria tinham que entregar seus livros para serem copiados”. Com essa estratégia pretendia-se que a biblioteca “[...]abrigasse a totalidade do conhecimento humano registrado” (ORTEGA, 2004, p.2).

As bibliotecas, como instituições de armazenamento e acesso à informação, serviam como centros de comunicação e troca de conhecimentos. Nesses espaços, as pessoas podiam acessar textos escritos e comunicar-se por meio da leitura e discussão de ideias.

Na antiguidade, a função básica das bibliotecas era de servir de armazenamento do material que nelas existiam. Pois a quantidade de rolos de papiro e pergaminho identificava o poder e o status dos imperadores da região em que elas foram construídas, não havendo uma preocupação com a recuperação e o acesso a esse acervo, que era constituído por escritos de intelectuais gregos, romanos e egípcios, na sua maioria (MORIGI; SOUTO, 2005).

Ao longo da história, os bibliotecários desempenharam um papel crucial como intermediários na comunicação entre a informação e os usuários. Eles eram responsáveis por organizar as coleções, criar sistemas de classificação e catalogação, além de ajudar os usuários a encontrar e utilizar as informações de maneira eficaz. Essa função de facilitador da comunicação entre os recursos informacionais e os usuários continua sendo fundamental até os dias de hoje.

No século XIX, o desenvolvimento das telecomunicações trouxe uma nova era na comunicação. O telégrafo permitiu a transmissão rápida de mensagens através de longas distâncias, revolucionando as comunicações comerciais e governamentais. O telefone, posteriormente, permitiu a comunicação oral em tempo real, superando as barreiras geográficas e aproximando as pessoas.

As tecnologias, enquanto fontes de interação, informação, sociabilidade e estímulo, proporcionam novas formas de convívio, novas possibilidades de performances e estímulos visuais, criando novos espaços e novas formas de vivenciá-los, alterando seus usos e significados. (DARODA, 2012. p.103)

O advento do rádio e da televisão no século XX trouxe a comunicação de massa para um novo patamar. Essas tecnologias permitiram a disseminação de informações e entretenimento em escala global, impactando a forma como as pessoas se informam, se entretêm e se conectam.

A partir deste avanço, outras tecnologias foram criadas, sendo assim, desde que a internet surgiu, em 1960 até meados de 1980, era utilizado por apenas um grupo seleto de usuários, vinculados a órgãos governamentais, universidades e grandes empresas. Porém, no fim da década de 1980, houve a alteração deste cenário, pois,

de acordo com Alesso e Smith (2006), naquele período surgiram empresas como *Apple* e *Microsoft* que competiam na produção e comercialização do disputado mercado de microcomputadores que impulsionaram o desenvolvimento da Internet.

Segundo Primo (2007), a *Web 2.0* desencadeou um impacto social significativo ao fortalecer a colaboração em grupo, o compartilhamento de afetos, a produção e disseminação de informações e a construção coletiva do conhecimento. Este cenário de disseminação de informações e construção social dentro da rede criou o que Piérre Lévy (2010) denominou de 'Cibercultura', o modo de ser predominante do ciberespaço – o ambiente digital resultante da interconexão global de computadores. Destaca-se pela interatividade, que está intrinsecamente ligada à descentralização dos discursos e do conhecimento, constituindo uma das características fundamentais da cibercultura.

No século XX, com o avanço de todas dessas tecnologias da informação e comunicação, a biblioteconomia enfrentou novos desafios e oportunidades. A era digital trouxe consigo uma explosão de informações e a necessidade de lidar com a gestão, preservação e acesso a conteúdos digitais. Os bibliotecários passaram a explorar novas formas de comunicação e acesso à informação, como a criação de bibliotecas digitais e a implementação de sistemas de busca e recuperação de informações.

Para a Biblioteconomia, Blattmann e Silva (2007) chamam a atenção para o grande envolvimento das bibliotecas, dos bibliotecários e das ferramentas tecnológicas nos estudos da *Web 2.0* nos últimos anos. Reforçam a ideia de que os bibliotecários precisam acompanhar os avanços tecnológicos e o trabalho interativo inerente as redes de computadores, assim como conhecer as ferramentas apresentadas pela *Web 2.0* para apurar o senso crítico em relação a essas tecnologias.

As bibliotecas começam a se transformar: nota-se uma preocupação crescente em atender o usuário com o máximo de rapidez e eficiência, maior preocupação com o acesso à informação em detrimento da posse do documento, minimizando-se as limitações de tempo e espaço na busca da informação. As coleções e os serviços foram complementados com novos formatos e novas versões, tudo isso, certamente, facilitado pela utilização das novas tecnologias. (MARCONDES; MENDONÇA; CARVALHO, 2006, p. 176)

Nos últimos anos, a ascensão das redes sociais e da internet mudou drasticamente a forma como nos comunicamos. Plataformas como o *Twitter* possibilitaram a comunicação instantânea e em tempo real, permitindo que as pessoas compartilhem informações, ideias e opiniões com um alcance global. Essas redes sociais também têm desempenhado um papel significativo na mobilização social, no ativismo e na participação em sociedade.

Com o surgimento das redes sociais e da comunicação em tempo real, como o *Twitter*, a biblioteconomia também se adaptou e explorou novas formas de interação e disseminação da informação. Os profissionais da área passaram a utilizar as redes sociais como ferramentas para compartilhar recursos, promover eventos, interagir com os usuários e disseminar conteúdos relevantes.

Em suma, a comunicação evoluiu de forma notável ao longo da história, impulsionada por avanços tecnológicos e mudanças sociais. Desde a linguagem oral até as redes sociais contemporâneas, a comunicação tem sido fundamental na construção da sociedade, na disseminação do conhecimento e na interação entre as pessoas.

Dessa forma, a biblioteconomia acompanhou e contribuiu para a evolução da comunicação ao longo da história, buscando sempre novas estratégias e tecnologias para garantir o acesso, a organização e a disseminação efetiva da informação. Os profissionais da biblioteconomia desempenham um papel fundamental na promoção de uma comunicação informada, crítica e acessível, tanto no passado quanto no presente, auxiliando os usuários na busca e na utilização de informações relevantes em diferentes contextos.

2.2 EVOLUÇÃO DA COMUNICAÇÃO ATÉ AS REDES SOCIAIS

Desde os primórdios da comunicação humana, a biblioteconomia desempenhou um papel fundamental na preservação e disseminação do conhecimento. Nas antigas civilizações, as bibliotecas eram centros de armazenamento de registros escritos, como tábuas de argila, papiros e pergaminhos. Os bibliotecários da época se dedicavam a organizar e preservar esses materiais, permitindo que o conhecimento fosse transmitido de geração em geração.

Com essa criação de Gutenberg, tornou-se viável propagar conhecimento de um para milhares de indivíduos. Houve a disseminação da informação de maneira mais igualitária, à medida que o saber deixou de ser restrito a alguns poucos e passou a alcançar um público mais amplo. A informação expandiu seus horizontes e o pensamento disseminou-se por áreas ou regiões anteriormente inacessíveis, mesmo considerando que a capacidade de leitura e escrita era um privilégio restrito a alguns. Houve, nesse sentido, uma ruptura do paradigma de retenção do conhecimento, anteriormente confinado a uma minoria (CHAVES, 2006).

Com o surgimento da imprensa no século XV, a comunicação e a disseminação da informação sofreram uma transformação significativa. Os bibliotecários passaram a lidar com uma quantidade cada vez maior de livros impressos e desenvolveram técnicas de catalogação e classificação para facilitar o acesso dos usuários a esses materiais. As bibliotecas tornaram-se espaços de encontro e intercâmbio intelectual, onde as pessoas podiam ter acesso a uma ampla gama de conhecimentos.

No século XIX, com o avanço das tecnologias de telecomunicações, a comunicação expandiu-se além das fronteiras físicas das bibliotecas. Os bibliotecários começaram a utilizar sistemas de correio para solicitar materiais de outras instituições e compartilhar recursos entre si. Esse intercâmbio de informações e materiais permitiu que as bibliotecas ampliassem suas coleções e atendessem às demandas dos usuários de maneira mais abrangente.

O livro impresso buscou naturalmente dar continuidade ao livro manuscrito, em vez de substituí-lo, tanto por parte dos impressores quanto em partes do próprio texto. No entanto, o livro impresso veio para atender melhor do que o manuscrito às suas finalidades. Conforme afirmado por Martins (1996, p. 175).

[...] que o próprio livro pôde, em pouco tempo, corresponder aos desejos de diferenciação social antes satisfeito pelo manuscrito: melhorando a sua qualidade, o volume impresso veio a constituir, tal como o manuscrito, um objeto de beleza, completado pela perfeição técnica.

Tendo em vista não somente as bibliotecas, a era da eletricidade teve um impacto revolucionário. Com o avanço da tecnologia, veio à tona o surgimento do rádio. De acordo com Grecco (2006, p. 77) “Há registros de que as primeiras experiências do padre Landell com transmissões de ondas portando a voz humana teriam ocorrido entre 1893 e 1894. No mínimo um ano antes da façanha de Marconi

na Itália”. Após este período a televisão também foi um marco de extrema importância, Gotijo (2004, p. 404) diz que

os primeiros passos para a televisão comercial foram dados pela RCA, com a tecnologia desenvolvida pelo russo naturalizado americano Wladimir Zworykin. Foi o seu sistema, completamente eletrônico, que permitiu a primeira demonstração pública, em Nova York, de transmissão das imagens produzidas nos estúdios da RCA.

Com a chegada da era digital, a comunicação e a disseminação da informação passaram por uma transformação radical. A internet trouxe consigo novas formas de comunicação e acesso à informação, e os bibliotecários tiveram que se adaptar a essa realidade em constante mudança. Surgiram as bibliotecas digitais, que permitem o acesso remoto a uma ampla variedade de recursos eletrônicos, como e-books, periódicos eletrônicos e bases de dados.

Por meio da incorporação do ciberespaço como um ambiente de comunicação, busca-se a análise das interações ocorridas nesse contexto, utilizando a metodologia de Análise de Redes Sociais (ARS). O conceito de Redes Sociais conforme Tomaél e Marteleto (2006, p. 75):

[...] redes sociais referem-se a um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações [...]

A ascensão das redes sociais, como o *Twitter*, na era das redes sociais, também teve um impacto significativo na comunicação e na prática da biblioteconomia. As bibliotecas e os bibliotecários começaram a utilizar essas plataformas para se conectar com os usuários, compartilhar informações relevantes, promover eventos e interagir de forma mais dinâmica. O *Twitter*, em particular, oferece uma comunicação em tempo real, permitindo que quaisquer instituições, assim como as bibliotecas, forneçam atualizações instantâneas sobre seus serviços, recursos e eventos.

Segundo Matheus e Silva (2009), existem quatro conceitos fundamentais para descrever a estrutura de uma rede social: indivíduo, características individuais, conexões relacionais e interações. Sendo elas: ator, atributos, laço relacional e relação.

Ainda segundo Matheus e Silva, ator refere-se a um indivíduo, corporação ou grupo de indivíduos que faz parte da rede social em análise. O ator pode ser uma pessoa física, uma empresa, uma instituição ou qualquer entidade que tenha uma presença na rede. Assim como, Wasserman e Faust (1994) que definem que ator é o modo que a ARS utiliza para descrever uma entidade social. Ou seja, ao abordar um ator dentro desse contexto, pode-se fazer referência a um ser humano, uma empresa ou uma coletividade de indivíduos. De acordo com Recuero (2009, p. 25), a função de um ator dentro de uma rede social é “moldar a estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais”.

Matheus e Silva, definem atributos como características ou qualidades que podem ser associadas a um determinado ator na rede social. Esses atributos podem incluir informações demográficas, interesses, habilidades, status social, entre outros aspectos relevantes para a análise da rede.

Pode-se imaginar assim um exemplo dentro da plataforma *Twitter*, onde os usuários (ator) podem compartilhar, por exemplo, suas preferências musicais e descobrir novos artistas. Um atributo relevante nesse contexto poderia ser o gênero musical preferido de cada usuário. Supondo que existam diversos atores na rede social, cada um com seu próprio perfil, um atributo associado a um usuário poderia ser "*rock*". Esse atributo indica que o usuário tem um interesse particular pelo gênero musical *rock*. Outros atores na rede podem ter atributos diferentes, como "*pop*", "*jazz*" ou "*indie*". Esses atributos permitem identificar e segmentar os atores da rede com base em suas preferências musicais. Isso pode facilitar a conexão entre pessoas que compartilham interesses semelhantes e promover interações mais relevantes e direcionadas dentro da rede social.

Recuero (2009) define laços relacionais sendo construídos através de relações sociais, e, portanto, apenas podem acontecer pela interação entre atores de uma rede social. Ou seja, representa a ligação ou conexão entre dois ou mais atores na rede social. Esses laços podem ser de diferentes naturezas, como amizade, colaboração, troca de informações, influência, entre outros tipos de relacionamento.

Para se ter um laço relacional no *Twitter*, pode-se usar o exemplo da conexão entre dois atores a partir do momento em que eles passam a interagir estabelecendo uma amizade virtual. Essa amizade é representada por um laço relacional na rede.

Esse laço relacional indica que esses dois indivíduos têm algum tipo de interação e relacionamento dentro da plataforma do *Twitter*, podendo assim comentarem nos *tweets*, compartilhar interesses em comum, enviar *DM* (Mensagem Direta), iniciar *Call* (Chamadas por ligação), entre outras formas de construção de uma amizade virtual. Assim, o laço relacional é como a estrutura da rede social é formada pelos vínculos e interações estabelecidos entre os atores, contribuindo para a construção da dinâmica social dentro do *Twitter*.

Conforme Wasserman e Faust (1994, p. 20) o conjunto de um tipo específico de laços entre membros de um grupo é chamado de relação. [...] Os laços em si só existem entre pares de atores.

Para exemplificar relação no *Twitter*, pode-se definir com a relação de "seguir" e "ser seguido". Nesse contexto, a relação é estabelecida entre um ator (indivíduo, empresa, organização, etc.) e seus seguidores. Pensando desta maneira, considere um influenciador digital que tem uma conta no *Twitter* onde compartilha conteúdo relacionado a tecnologia e *gadgets*, possuindo um número significativo de seguidores em sua conta. Esses seguidores escolhem seguir essa conta para receber suas atualizações, *tweets* e interagir com seu conteúdo. Já o influenciador compartilha notícias, análises de produtos, dicas, opiniões sobre o mundo da tecnologia e algumas vezes até faz algum tweet mais pessoal. Nesse contexto, os seguidores estabelecem uma relação de conexão com ele através do *Twitter*. Essa relação de seguir no *Twitter* cria uma dinâmica de interação entre o influenciador e seus seguidores, pois recebem seus *tweets* na linha do tempo. O influenciador utiliza a plataforma para disseminar informações, compartilhar conhecimentos e se conectar com seu público-alvo. Os seguidores têm a oportunidade de se manter atualizados com as últimas notícias e opiniões desse influenciador, além de participar das discussões e interagir com outros seguidores nos comentários dos *tweets*. Portanto, no exemplo do influenciador digital no *Twitter*, a relação de seguir estabelece uma conexão entre influenciador e seus seguidores, permitindo a troca de informações, interação e engajamento em torno dos *tweets* compartilhados na plataforma.

Na biblioteconomia, é fundamental compreender o papel das redes sociais como fontes de informações e reconhecer a importância da comunicação ao longo da história da área. Os profissionais da biblioteconomia devem se adaptar às demandas e necessidades dos usuários contemporâneos, compreendendo a evolução da

comunicação e explorando estratégias eficazes em ambientes digitais. Aproveitar as redes sociais e outras tecnologias para disseminar informações, promover serviços e interagir de forma dinâmica com os usuários é crucial. Além disso, ao compreender a evolução da comunicação, os bibliotecários podem valorizar a preservação e acesso à informação, promovendo uma comunicação informada e crítica na sociedade atual.

2.3 COMUNICAÇÃO, MÍDIAS SOCIAIS E INFLUÊNCIA DO *TWITTER*

A comunicação aborda os processos de transmissão e recepção de mensagens entre um emissor e um receptor. Ela explora os elementos-chave da comunicação, como codificação, decodificação, canal de comunicação e ruído.

Segundo Lasswell (1948), a comunicação é um processo de troca de informações em que o emissor codifica uma mensagem e a transmite através de um canal para o receptor, que a decodifica e a interpreta. Essa perspectiva enfatiza a importância do emissor como o agente que inicia a comunicação e do receptor como o destinatário da mensagem. Essa teoria é fundamental para compreender como a informação é transmitida e compreendida no contexto das mídias sociais, incluindo o *Twitter*.

No contexto das mídias sociais, o *Twitter* funciona como um canal por meio do qual os usuários podem codificar e transmitir suas mensagens para uma audiência ampla. Os seguidores, por sua vez, decodificam e interpretam essas mensagens, gerando assim a troca de informações e o processo de comunicação. A compreensão dessa perspectiva teórica ajuda a elucidar como a informação é transmitida, recebida e compreendida no ambiente digital do *Twitter*, permitindo uma análise mais aprofundada da comunicação nessa plataforma.

Os indivíduos escolhem e usam as mídias de acordo com suas necessidades e desejos pessoais. No contexto do *Twitter*, os usuários podem buscar informações específicas, interação social, entretenimento ou participação em discussões temáticas. Compreender as motivações e as gratificações dos usuários no uso do *Twitter* é fundamental para adaptar as práticas bibliotecárias e oferecer serviços e conteúdos relevantes.

Essa visão sobre a comunicação como processo de transmissão e recepção de mensagens entre um emissor e um receptor também é defendida por Shannon e Weaver (1949), ao qual desenvolveram um modelo matemático da comunicação que ficou conhecido como Modelo de Shannon-Weaver. Segundo esse modelo, a comunicação é um processo linear em que a informação é codificada pelo emissor, transmitida através de um canal e decodificada pelo receptor. Esse modelo enfatiza a importância da clareza e precisão na transmissão da mensagem, bem como os possíveis ruídos ou interferências que podem afetar a comunicação ao longo do processo.

Então embora o *Twitter* possa ser utilizado para conversação, nota-se uma crescente tendência para seu uso para a publicação de informações. Buscam-se informações de qualidade com o objetivo de espalhá-las. Ademais, o serviço permite que haja resposta, citação, retransmissão ou referência à mensagem de outro emissor.

O *Twitter* lida de forma diferente com notícias e informações, pois baseia-se na concentração de dados que interessam ao usuário, por meio da ação de seguir ou deixar de seguir determinado perfil. Nele concentram-se diversos perfis que pertencem a especialistas em determinados temas, disciplinas e áreas de conhecimento, o que autentica e certifica suas mensagens. Os usuários procuram adquirir seguidores por meio de competência e qualidade do conteúdo transmitido.

Recuero (2009) declara que “as pessoas parecem perceber as informações como um bem de valor e, por isso, selecionam - ainda que com critérios próprios - o que deve ser passado à sua rede de seguidores e o que não deve”. Essa percepção das informações como um bem de valor reflete a consciência crescente das pessoas sobre a importância de selecionar cuidadosamente o conteúdo que compartilham com sua rede de seguidores. Os usuários do *Twitter* entendem que suas postagens podem influenciar a opinião e o conhecimento de outras pessoas, e, por isso, exercem seu discernimento ao decidir o que merece ser transmitido. Essa seleção criteriosa é uma manifestação do poder e da responsabilidade que cada indivíduo possui ao contribuir para a propagação da informação na plataforma.

Além dos usuários comuns, as empresas têm usado o recurso de monitoramento de *tweets* como serviço de inteligência e seleção de informação útil

para competição, com concorrentes e avaliação das necessidades dos clientes. Ken Burge explica o processo:

Usando o *Twitter* você pode garimpar os tweets para encontrar os tipos de perguntas que seus potenciais clientes estão fazendo e postar essas perguntas para uma equipe em um blog para posterior discussão. (...) A amostra de aplicação permite que você entre com palavras-chave que quer monitorar. À medida que esses *tweets* são capturados em uma cópia parcial diária de dados, os resultados são postados para uma equipe no blog, na qual os comentários dos usuários do Twitter podem ser discutidos. Outro aspecto bastante valioso do monitoramento dos *tweets* é descobrir o que seus concorrentes estão fazendo. Imagine ser capaz de ver o que a comunidade no *Twitter* pensa a respeito da mais nova oferta de sua concorrência (COMM; BURGE, 2009, p. 232).

Segundo Tomaél e Marteleto (2006), a troca de informação e conhecimento dentro de redes é contínua, e essa dinâmica ocorre no *Twitter*. No contexto dessa plataforma, é observado que as contas que se apropriam principalmente com o propósito de compartilhar informação são, em grande parte, mas não exclusivamente, pertencentes a organizações. Essas entidades utilizam o *Twitter* como um meio para comunicar conteúdo aos demais participantes da rede, independentemente de serem informações próprias ou provenientes de outras fontes. Essa prática demonstra o interesse das organizações em aproveitar o potencial do *Twitter* como uma ferramenta de divulgação e disseminação de informações relevantes para o público-alvo.

O Modelo de Shannon-Weaver se adequa ao uso das empresas no contexto do *Twitter*, supondo que uma empresa deseje promover um novo produto por meio da plataforma, o processo de comunicação seria da empresa, ao qual é o emissor da mensagem, responsável por codificar a informação relacionada ao novo produto. Assim, a empresa prepara uma série de *tweets* promocionais, destacando os benefícios e recursos do produto, além de incluir *hashtags* relevantes e chamadas para ação, sendo assim a codificação. O canal de comunicação seria o *Twitter*, onde a empresa faz as publicações com os *tweets* para que sejam transmitidos aos usuários. Os usuários do *Twitter* seriam os receptores da mensagem, pois irão receber os *tweets* e decodificá-los, interpretando o conteúdo promocional do produto. A decodificação é feita pelos usuários do *Twitter* que leem os *tweets* e compreendem a mensagem transmitida pela empresa. O *feedback* pode ocorrer por meio de respostas aos *tweets*, menções, *retweets*. Essas interações fornecem à empresa um retorno sobre a eficácia da comunicação, a receptividade dos usuários e as opiniões

sobre o produto. O ruído pode ocorrer no processo de comunicação, afetando a clareza da mensagem transmitida.

Ou seja, o *Twitter* pode ser uma ótima ferramenta para encontrar clientes devido a algumas vantagens que oferece, justamente por permitir uma interação direta e imediata com os usuários, facilitando a construção de relacionamentos e o engajamento com o público-alvo.

3 TWITTER COMO PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO

No atual contexto digital, as redes sociais têm se destacado como importantes ferramentas de comunicação e interação. Nesse sentido, o *Twitter*, uma das plataformas mais populares, tem desempenhado um papel significativo na disseminação de informações e no estabelecimento de redes sociais virtuais.

A estrutura e a composição das redes sociais estabelecidas no *Twitter* desempenham um papel importante na propagação de informações. Estudos anteriores, como os de Adamic e Glance (2004), Wu *et al.* (2004) e Shi *et al.* (2007), têm demonstrado a influência desses elementos. No entanto, é importante ressaltar que ainda são poucos os estudos qualitativos que se aprofundam nessa temática (Recuero, 2009).

Os atores que utilizam as redes sociais, incluindo o *Twitter*, baseiam suas interações nos valores percebidos nessas trocas. Recuero (2009) destaca que esses valores estão relacionados ao acesso ao capital social construído na rede. Os atores decidem o que publicar e como interagir com base nesses valores, os quais foram relacionados com os tipos de capital social por Recuero (2008) em estudos realizados em blogs brasileiros.

Dentre os valores percebidos no *Twitter*, destacam-se: visibilidade, reputação, autoridade, popularidade, interação e suporte social (Recuero, 2009). A visibilidade está relacionada à centralidade do nó na rede social e ao número de laços fracos estabelecidos. A reputação é percebida com base na posição do ator na rede e nas qualificações recebidas por outros atores. A autoridade, por sua vez, está relacionada à confiança e ao reconhecimento do conhecimento superior de um determinado ator. A popularidade refere-se ao número de conexões recebidas e à centralidade do nó na rede. A interação é valorizada no *Twitter* devido ao seu caráter conversacional e recíproco. Por fim, o suporte social é percebido quando um ator recebe apoio e comentários da rede em momentos de solicitação.

O *Twitter*, como plataforma de comunicação, apresenta uma estrutura e composição que influenciam a propagação de informações. Os atores que utilizam essa rede social baseiam suas interações nos valores percebidos, como visibilidade, reputação, autoridade, popularidade, interação e suporte social. A compreensão

desses valores é essencial para os profissionais da Biblioteconomia, pois permite uma análise mais abrangente do uso do *Twitter* como uma ferramenta de comunicação e interação social, contribuindo para o desenvolvimento de estratégias eficazes na disseminação de informações e no estabelecimento de redes de relacionamento na área.

3.1 ANÁLISE DE REDES SOCIAIS

A utilização do ciberespaço como um meio de comunicação trouxe consigo novas formas de interação social, e uma abordagem para analisar essas interações é a Análise de Redes Sociais (ARS). Essa ciência busca compreender as conexões entre os atores sociais e as consequências dessas conexões. Segundo Wasserman e Faust (1994), a ARS tem como objetivo investigar as relações estabelecidas em uma rede social e entender suas implicações. A ARS proporciona uma visão abrangente das relações sociais presentes em plataformas como o *Twitter*, permitindo compreender a estrutura e a dinâmica das redes, bem como identificar padrões de comunicação, influência e difusão de informações.

A apropriação das redes sociais é determinada conforme com os interesses próprios do indivíduo. De acordo com Mollett, Moran e Dunleavy (2011), existem três tipos de estilos de conversação relacionados à utilização do *Twitter*: o estilo substantivo, caracterizado pelo uso de frases completas, impessoais, que incluem contexto e frequentemente *links*; o estilo conversacional, mais fragmentado, abrangendo tópicos diversos definidos pelos interesses profissionais e pessoais do usuário, envolvendo conversas com seguidores e compartilhamento de pensamentos, eventos, etc.; e o "meio-termo", termo utilizado pelos autores para descrever os tweets que estão entre os dois modelos mencionados anteriormente, geralmente utilizados por blogs e organizações com o objetivo de usar a plataforma de forma pessoal.

De acordo com Amaral (2012) a ARS é dividida em duas tradições. A primeira é dos antropólogos britânicos da Escola de Manchester, proveniente dos estudos de Moreno e Barnes (1954), que se junta à Sociologia Americana.

Já a segunda é a americana, que se divide entre os Formalistas, que a analisam a morfologia das redes e os impactos nos comportamentos das pessoas ou grupos de

pessoas, e os Estruturalistas, que defendem que a relação é a unidade básica das estruturas dos sistemas sociais

A partir da inserção do ciberespaço como meio de conversação, trabalha-se com a análise das interações desenvolvidas nesse como Análise de Redes Sociais (ARS). Em relação a esta pesquisa, o conceito de Redes Sociais é trabalhado conforme a visão de Tomaél e Marteleto:

[...] redes sociais referem-se a um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações [...] (TOMAÉL E MARTELETO, 2006, P. 75)

A internet mudou completamente o modo de toda a sociedade se comunicar. Ela nos permite estar conectados a um maior número de pessoas, com mais rapidez e facilidade. A grande questão é que devido a ela, a forma de nos relacionarmos vem mudando. A propagação do uso de smartphones vem acelerando ainda mais este processo.

O uso de mídias sociais como forma de relacionamento é crescente, e as formas desses relacionamentos são bastante diferentes dos meios que consideramos tradicionais.

A conversação tradicional foi substituída por uma conversação mediada por computador, que foi adaptada e incorporada ao nosso dia a dia, como diz Recuero (2014).

As mídias sociais proporcionam uma comunicação textual que podem ocorrer sincronicamente ou assincronicamente, isto é, com pessoas conectadas e trocando mensagens ao mesmo tempo ou pessoas conectadas, mas trocando mensagens com uma temporalidade não determinada.

Além da forma de comunicação estar se modificando, outro ponto interessante é a mudança na forma de relacionamento. É extremamente comum uma pessoa estar conectada a um grande número de pessoas em sites de redes sociais, porém conhecer pessoalmente apenas parte delas e ter certo grau de intimidade com um número reduzidíssimo destas.

Recuero, Raquel; Zago, Gabriela, (2009) estabelecem dois tipos de conexões que existem entre os usuários das mídias sociais, as conexões associativas e as conexões emergentes. As conexões associativas são as aquelas que são mantidas apenas pelo *site*, sem que haja qualquer tipo de conversação ou interação.

3.2 ESTRUTURA E FUNCIONALIDADES DO *TWITTER*

Para compreender a dinâmica de comunicação no *Twitter*, primeiro vamos compreender sua origem e analisar alguns aspectos relevantes em sua estrutura e funcionalidades da plataforma.

O *Twitter* é uma ferramenta criada em 2006 pelos americanos Evan Williams, Jack Dorsey e Biz Stone, atingindo seu ápice em 2009, quando seu número de usuários dobrou. Em setembro de 2010 atingiu a marca de 175 milhões de usuários. Chegando a mais de 300 milhões de contas no mundo inteiro em 2011, sendo o Brasil o país que comparece com o maior número de usuários dentre os países que não tem como língua oficial o inglês (ALVES, 2011).

O primeiro passo para acessar o *Twitter* é a criação de uma conta pelo interessado. Este fará o perfil público na rede social que pode ser personalizado de acordo com o gosto individual. Tópicos como nome de usuário, nome, foto, biografia e localização podem ser personalizados. Como usuários, ou atores, como nos chamam Recuero e Zago (2010), podemos escolher quem desejamos seguir, as pessoas de quem receberemos atualizações.

Rufino (2009) afirma que o *Twitter* é “um *microblogging*, ou seja, um *blog* limitado, que permite a publicação de apenas 140 caracteres. É uma proposta de trocar informações e noticiar o que acontece em poucas palavras.” Sua proposta inicial, no entanto, era de apenas conter informações pessoais, respondidas pela pergunta: o que você está fazendo? Hoje, essa informação já não é mais realidade, em fevereiro de 2023, a rede social anunciou o limite de 4 mil caracteres para a versão paga (*Twitter Blue*). Já para os usuários da versão gratuita, o limite é de 280 caracteres.

Essas transformações não são apenas impulsionadas pelas necessidades dos usuários, mas também pela influência de um negócio milionário: a venda da plataforma para Elon Musk, renomado empresário e visionário da tecnologia. O *Twitter* tem passado por uma série de mudanças significativas desde então. Musk, conhecido por sua visão inovadora, tem se dedicado a revitalizar e transformar a experiência dos

usuários na plataforma. Ele introduziu novos recursos e funcionalidades, com o objetivo de tornar o *Twitter* mais intuitivo, interativo e relevante para seus usuários. Essas mudanças têm gerado grande interesse e expectativa, uma vez que prometem moldar o futuro do *Twitter* e redefinir seu papel no cenário das redes sociais.

Seguindo com as funcionalidades que a plataforma ainda mantém, o *Twitter* oferece a funcionalidade de *retweet*, que permite a rápida disseminação de notícias. Quando um usuário encontra uma informação de valor, pode compartilhá-la com seus seguidores, que por sua vez podem repassá-la para seus próprios seguidores, criando uma cadeia de compartilhamento. Antigamente, o *retweet* era feito manualmente, com o usuário copiando e colando a notícia, adicionando o símbolo *RT* e o nome de usuário que originou a informação. No entanto, agora existe a opção de *retweet* automático, onde basta clicar no ícone de "*Retweet*", e a informação será exibida na página dos seguidores da pessoa que decidiu compartilhá-la.

Além das funcionalidades mencionadas anteriormente, também estão disponíveis os *Trending Topics*, que representam os assuntos mais discutidos na rede, podendo variar de acordo com a cidade ou país escolhido. Os usuários podem criar *hashtags* utilizando o símbolo (#), que funcionam como palavras-chave para classificar *posts* relacionados a um determinado tema. Além disso, é possível criar listas de contas do *Twitter* que compartilham interesses em comum, o que facilita a busca por informações desejadas, além de poder interagir com as curtidas em *tweets* do interesse do usuário. A plataforma também oferece um espaço chamado "favoritos", onde os usuários podem salvar as postagens que mais chamaram sua atenção. Para interagir com outros usuários, pode ser usado o *reply*, que é uma mensagem pública para conversas abertas, e a DM (*direct message*), que é uma mensagem privada para comunicação direta entre usuários.

A flexibilidade de uso é um dos motivos que atrai os usuários de mídias sociais para o *Twitter*. Não se restringindo apenas ao acesso por computadores ou pelo próprio site da plataforma, o *Twitter* oferece a possibilidade de publicar notícias e compartilhar informações por meio de celulares e outros dispositivos, conforme afirmado por Rufino (2009, p. 11). Essa versatilidade de comunicação no *Twitter* é significativa e desempenha um papel importante no processo de disseminação de informações.

O *Twitter* é uma grande ferramenta para o estudo de cunho científico. Segundo Gouveia:

tem sido utilizado como fonte de estudo, pois [...] mais e mais pesquisadores fazem uso deste tipo de ferramenta para divulgar suas pesquisas ou para trocar com outros pesquisadores e acompanhar as indicações de referências de interesse no campo em que atuam. (GOUVEIA 2013, p.222)

Ao explorar a estrutura e as funcionalidades do *Twitter*, podemos obter uma compreensão mais abrangente de como os usuários se envolvem, compartilham e participam de conversas nessa plataforma dinâmica. Essa análise aprofundada oferece aos profissionais de biblioteconomia a oportunidade de desenvolver estratégias de comunicação eficazes, identificar tendências emergentes e disseminar informações relevantes para um público cada vez mais amplo e diversificado. Ao aproveitar as potencialidades do *Twitter*, esses profissionais podem desempenhar um papel fundamental na promoção do acesso à informação, no fortalecimento da participação social e na construção de comunidades informadas e engajadas. Nesse contexto, o estudo do *Twitter* como uma ferramenta de comunicação social se mostra essencial para atender às demandas da era digital e proporcionar um impacto positivo na sociedade contemporânea.

4 TWITTER NA DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Ao examinar as características que impactam a comunicação no *Twitter*, evidencia-se que sua velocidade, alcance e interação em tempo real desempenham um papel significativo. A restrição de caracteres e a exibição imediata das postagens contribuem para a notável rapidez da comunicação nessa plataforma. Isso possibilita a disseminação instantânea de informações, favorecendo a divulgação de notícias, eventos e opiniões em tempo real. No entanto, essa agilidade também pode resultar em um fluxo incessante de informações, demandando uma maior habilidade na filtragem de conteúdo relevante.

Devido à sua ampla abrangência, o *Twitter* possibilita que as mensagens alcancem um público diversificado e em larga escala. As postagens podem ser visualizadas por indivíduos ao de todo o mundo, independentemente de sua localização geográfica. Essa característica oferece uma oportunidade única para compartilhar informações, ideias e perspectivas com pessoas de diversas culturas, países e contextos. Além disso, o alcance do *Twitter* pode facilitar a formação de comunidades virtuais, conectando indivíduos com interesses semelhantes, como amantes de leitura, profissionais de biblioteconomia, ativistas globais ou eleitores do mesmo partido. Essa conexão entre pessoas diversas promove a troca de conhecimentos, o diálogo intercultural e a criação de laços virtuais.

Conforme destacado por Barros (2003, p. 53), o processo de disseminação de informações abrange dois aspectos essenciais: a existência de informações a serem compartilhadas e a utilização de estratégias e técnicas de comunicação para esse fim. Dessa forma, um serviço de disseminação de informações planejado e alinhado com as estratégias e objetivos, de acordo com o perfil dos usuários, estimula a criatividade e a inovação, contribuindo para o sucesso do processo de aprendizagem e construção do conhecimento. Em outras palavras, quando um serviço de disseminação de informações é cuidadosamente projetado e adaptado às necessidades e preferências dos usuários, ele se torna um catalisador para a criatividade e a inovação, desempenhando um papel fundamental no processo de aprendizado e na construção do conhecimento.

A interação em tempo real no *Twitter* promove discussões dinâmicas e engajamento entre os usuários, impulsionando o fluxo informacional na plataforma.

Conforme apontado por Savi e Silva (2009, p.180), o fluxo informacional é o processo de transferência de informações do emissor para o receptor, iniciando-se quando um indivíduo busca gerar novo conhecimento ou quando o emissor identifica as necessidades informacionais do receptor e busca satisfazê-las. No contexto do *Twitter*, o fluxo informacional ocorre quando os usuários compartilham informações relevantes, participam de debates sobre eventos atuais e trocam ideias e perspectivas em tempo real. Essa troca constante de informações e conhecimentos entre os usuários reflete o dinamismo e a participação ativa na construção do fluxo informacional na plataforma do *Twitter*.

Conforme Barreto (1998, p. 122), o ciclo informacional não pode ser definido como uma simples transmissão linear de informações entre emissor e receptor, uma vez que é um processo que busca mediar a comunicação por meio da disseminação de informações. Para compreender a dinâmica dos fluxos de informação, é necessário descrever seu conceito, que segundo Greef e Freitas (2012, p. 40), envolve uma sequência de eventos desde a geração da informação pelo emissor até a sua captação, assimilação e aceitação pelo receptor, resultando na construção de conhecimentos individuais e coletivos. O ciclo informacional, portanto, é um processo complexo e interativo que envolve diversas etapas e contribui para o desenvolvimento e compartilhamento de saberes.

O *Twitter* se tornou uma fonte de notícias em tempo real para muitas pessoas. Os usuários podem seguir contas de organizações de notícias, jornalistas, especialistas e outras fontes confiáveis para receber atualizações instantâneas sobre acontecimentos ao redor do mundo. Isso permite que as informações sejam acessadas e compartilhadas rapidamente, tornando o *Twitter* uma plataforma valiosa para se manter informado sobre eventos recentes.

Além disso, o *Twitter* tem o poder de transformar conteúdos em virais em questão de minutos. Quando um *tweet* interessante, chocante, engraçado ou relevante é compartilhado, os usuários podem *retweetar* para seus seguidores. Esse recurso pode levar a uma disseminação em massa do conteúdo, atingindo um público diversificado e amplo, assim uma informação acaba se tornando viral no *Twitter*, alcançando milhares de pessoas e gerando discussões e engajamento em torno do assunto.

Dessa forma, o *Twitter* demonstra seu potencial em amplificar e viralizar informações relevantes, permitindo que usuários compartilhem conteúdos impactantes e contribuam para a disseminação de notícias e discussões.

Tomael e Marteleto (2006, p. 2) apontaram que, em ambientes em rede, o compartilhamento de informação e de conhecimento entre as pessoas é constante, pois as pessoas frequentemente gostam de compartilhar o que sabem. No contexto da comunicação em rede, portanto, a disseminação de informação tende a se intensificar movendo-se entre círculos sociais distintos que se tornam espaços de proliferação.

Sob esta perspectiva, Ferreira e Perucchi (2011, p. 453) destacam a necessidade de se buscar ferramentas e estruturas que facilitem o compartilhamento da informação, em especial aquelas apoiadas nos processos de comunicação eletrônica, uma vez que estas se mostram eficientes no processo de disseminação modificando estruturalmente o fluxo de informação e conhecimento.

O *Twitter* permite que as pessoas sigam uma variedade de contas e perfis que representam diferentes interesses, pontos de vista e experiências. Isso oferece a oportunidade de obter informações e perspectivas de fontes diversas, indo além das narrativas tradicionais da mídia. Através da exposição a diferentes perspectivas, os usuários podem desenvolver uma compreensão mais ampla e informada sobre questões sociais, políticas, culturais e outros tópicos relevantes.

Seguindo nessa perspectiva, o *Twitter* facilita a participação ativa dos usuários em discussões e debates públicos. Os usuários podem responder a *tweets*, fazer perguntas, expressar opiniões e engajar-se em conversas com outras pessoas. Isso promove a interação e a troca de ideias, permitindo que os usuários contribuam para o diálogo público e se envolvam em assuntos de seu interesse.

Dixon (2000) afirma que a disseminação da informação é ação de tornar visível o conhecimento do indivíduo, enquanto que Lara e Conti (2003) consideram que disseminação assume formas variadas, dirigidas ou não, que geram inúmeros produtos e serviços de informação. Um indivíduo (ou grupo) pode divulgar determinada informação sem ter a intenção de atingir um público-alvo de forma específica. Desta forma, a disseminação assume um papel importante, pois a realidade em que se pretende que a informação atue e transforme, é multifacetada e

formada por micronúcleos sociais com divergências profundas, que podem ser vistas como micronações isoladas por suas diferenças (BARRETO, 1999, p. 3).

A distribuição da informação no *Twitter* tem como objetivo alcançar diversos tipos de usuários em diferentes contextos, proporcionando a cada um deles a oportunidade de interagir com a informação de maneira individual e única. Considerando este fator nas redes sociais virtuais, Lerman e Gosh (2010) esclarecem que há diversas motivações para a obtenção, usos diferenciados e, conseqüentemente, diversas formas de difusão de uma mesma informação.

No entanto, é importante ressaltar que a disseminação de informações no *Twitter* também apresenta desafios. A rapidez da plataforma pode resultar na propagação de notícias falsas e informações não verificadas. Além disso, a limitação de caracteres pode levar a uma simplificação excessiva de assuntos complexos. Por isso, é essencial que os usuários estejam cientes dessas questões e adotem uma postura crítica ao consumir e compartilhar informações no *Twitter*.

Em resumo, o *Twitter* desempenha um papel crucial na disseminação de informações, atuando como uma fonte de notícias em tempo real e possibilitando o compartilhamento viral de conteúdo. Ele facilita o acesso a diversas perspectivas, promove a participação ativa em discussões e debates, e desempenha um papel importante na divulgação de eventos e campanhas. No entanto, é fundamental exercer uma análise crítica ao utilizar essa plataforma, verificando a veracidade das informações e considerando diferentes fontes e perspectivas.

4.1 ANÁLISE DE SITUAÇÕES NO *TWITTER*

Como já mencionado, o *Twitter* tem desempenhado um papel essencial na divulgação de notícias e eventos atuais, sendo uma plataforma amplamente utilizada para esse fim. Sua natureza em tempo real permite que informações sejam compartilhadas instantaneamente, tornando-o um veículo importante na disseminação de notícias frescas e relevantes. Ao analisar exemplos específicos, podemos observar o impacto significativo que o *Twitter* teve na divulgação de notícias em diferentes áreas.

O estudo foi feito através do uso observatório de *tweets* para analisar o impacto da comunicação via *Twitter* durante os períodos presidenciais nos Estados Unidos em

2016, no perfil de Donald Trump, e no Brasil em 2018, no perfil de Jair Bolsonaro. Além disso, foram investigadas as *hashtags* de *trending topics* relacionadas ao movimento *Black Lives Matter* (Vidas Negras Importam) durante o período de 2020 e a Copa do Qatar em 2022.

Para coletar os dados necessários para a realização deste estudo, foram analisados diversos trabalhos acadêmicos e pesquisas que abordam o tema do *Twitter* como característica importante da comunicação na atualidade. A metodologia empregada para a elaboração desta análise é baseada em um estudo em cima de outros estudos, o que é conhecido como revisão bibliográfica. Sendo assim, foi possível observar como a plataforma de comunicação tem seu impacto na disseminação de informações e interação com os usuários. Além de

Além disso, foram analisadas as *hashtags* dos *trending topics* relacionadas aos períodos eleitorais de Donald Trump e Jair Bolsonaro durante seus respectivos anos de eleições em 2016 e 2018. Também foi analisado as *hashtags* do movimento *Black Lives Matter* durante o ano de 2020, buscando compreender o impacto e o alcance dessas *hashtags* nas discussões sobre justiça social, igualdade racial e combate ao racismo. Essa análise permitiu identificar os principais tópicos discutidos, a participação dos usuários, bem como as tendências e os padrões de disseminação de informações. No contexto da Copa do Qatar em 2022, foram observadas as *hashtags* e os *tweets* relacionados à cultura do país e suas leis que chocaram o mundo.

4.1.1 ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS

Na esfera política, pode-se utilizar como estudo as eleições presidenciais, o *Twitter* tem um impacto significativo na divulgação de notícias relacionadas a eleições presidenciais em todo o mundo. Os candidatos utilizam a plataforma para compartilhar suas propostas, se comunicar diretamente com os eleitores e responder a perguntas em debates virtuais. Além disso, os usuários do *Twitter* discutem e compartilham informações sobre os candidatos, as pesquisas de opinião e os principais eventos das campanhas eleitorais. Durante os debates presidenciais e outros eventos-chave de campanha, as pessoas podem acompanhar e participar ativamente das discussões através de *hashtags* específicas relacionadas aos eventos. Isso cria um ambiente de

engajamento e interação em tempo real entre os eleitores, permitindo que expressassem suas opiniões, compartilhando informações e se envolvendo no processo político.

De forma pontual, o *Twitter* desempenhou um papel significativo nas eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, especialmente em relação à candidatura de Donald Trump. A plataforma foi utilizada de forma estratégica pela campanha de Trump para se comunicar diretamente com o público, divulgar mensagens-chave e mobilizar seus seguidores.

O *Twitter* vem sendo amplamente utilizado para propósitos políticos em todo o mundo. Praticamente todos os candidatos e políticos eleitos estão presentes na plataforma e inúmeros usuários se informam por meio da mesma (BARBERÁ; RIVERO, 2015).

Uma das principais formas como o *Twitter* influenciou as eleições foi através da capacidade de Trump de se comunicar de forma direta e instantânea com milhões de seguidores. Ele utilizava a plataforma para compartilhar seus pensamentos, ideias e posições políticas, sem depender dos canais de mídia tradicionais. Isso permitiu que Trump controlasse a narrativa em torno de sua campanha e estabelecesse uma conexão direta com seus eleitores, sem filtros ou mediação.

De acordo com Koike e Bentes (2018):

Muitas vezes, os tweets de Donald Trump são publicados às 2 ou 3h da manhã, o que permite suposições de que ele estaria escrevendo simplesmente o que vem à sua cabeça. Isso parece construir a imagem de que Trump expressa suas opiniões diretamente ao público dos Estados Unidos, livre das camadas de escritores e censores que normalmente cercam essa autoridade.

O candidato, através da comunicação no *Twitter*, se apresenta como representante direto do povo, sem intermediários. Isso inclui também as chamadas mídias convencionais, ou seja, a imprensa. Trump não apenas busca essa comunicação direta com os cidadãos, mas também se coloca como detentor da verdade em contraposição a uma mídia que mente. É relevante mencionar que Trump foi excluído da plataforma em 2021.

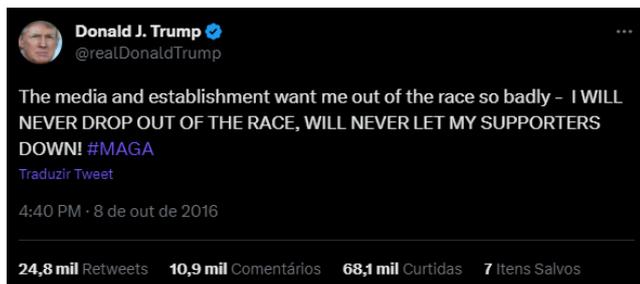
Donald Trump atacava de forma direta profissionais da imprensa estadunidense e os meios de comunicação em geral, que realizaram reportagens com críticas ao então candidato, como nos exemplos da Figura 1 e Figura 2: "@JoeBowman12: @jeffzeleny apenas mais um jornalista genérico da *CNN* em meio período! @CNN ainda não entendeu. Eles nunca aprenderão!" (tradução nossa) e "A mídia e o *establishment* querem me tirar da corrida - NUNCA VOU DESISTIR, NUNCA VOU ABANDONAR MEUS APOIADORES! #MAGA". (tradução nossa)

Figura 1 – Donald Trump sobre a *CNN*.



Fonte: Página do Donald Trump no *Twitter*.

Figura 2 – Donald Trump sobre a mídia e o *establishment*.



Fonte: Página do Donald Trump no *Twitter*.

Trump utilizou os ataques à imprensa como forma de estabelecer uma conexão direta com seus apoiadores e eleitores, retratando-se como um defensor do povo comum, em contraste com os interesses das elites representados pela mídia. Ao criticar jornalistas e veículos de comunicação, ele buscava minar a credibilidade da imprensa e criar um ambiente de desconfiança, o que favorecia sua narrativa e permitia que ele moldasse sua própria versão dos eventos. Além disso, os ataques à imprensa também serviram como uma estratégia de desvio de atenção e controle da

narrativa. Ao concentrar-se em criticar a mídia, Trump desviava o foco de questões políticas ou polêmicas relacionadas a sua campanha, mantendo-se no centro das atenções e controlando a agenda de discussões

De acordo com a pesquisa realizada em 2021 pelo *US Press Freedom Tracker*, no momento em que a plataforma de mídia social *Twitter* suspendeu permanentemente sua conta em 8 de janeiro de 2021, o presidente Donald Trump havia publicado 2.520 *tweets* depreciativos sobre jornalistas e a mídia como um todo.

Koike e Bentes (2018) relata que em 29 de abril de 2017, logo após a eleição de Donald Trump como presidente dos Estados Unidos, o site *Mashable.com* relatou que suas duas principais *hashtags* foram *#MAGA* (*Make America Great Again*) e *#AmericaFirst*, indicando que a maioria dos *tweets* foram ecos de sua campanha, sendo que as palavras mais usadas foram “grande” e América/americano”.

Essa influência no uso do *Twitter* nas eleições destaca o poder das mídias sociais como ferramenta política, com o potencial de moldar a opinião pública, mobilizar eleitores e influenciar o resultado das eleições.

Por esse motivo, é fundamental que os eleitores estejam cientes das armadilhas desses acontecimentos, dar o engajamento à discursos de ódio faz com que a plataforma se fortaleça de falsas ideologias e com a força do engajamento de *tweets*, a responsabilidade social é fundamental para a construção de uma campanha presidencial.

Durante sua campanha e mandato presidencial, Donald Trump frequentemente utilizava a ideia de corrigir o rumo do país após a atuação de governos corruptos como parte de seu discurso. Ele retratava a si mesmo como um agente de mudança que estava disposto a enfrentar a corrupção.

Para transmitir essa mensagem, Trump usava a *hashtag* *#draintheswamp* (drenar o pântano), que simbolizava sua promessa de combater a corrupção e a influência dos políticos tradicionais, como mostrado na Figura 2. Ao se referir a Hillary Clinton e Barack Obama, seus opositores democratas, Trump associava-os à corrupção e à ineficiência política, afirmando que eles contribuíram para a manutenção do "pântano" e que era necessário esvaziá-lo.

Figura 3 – Donald Trump utilizando o termo “*drain the swamp*”



Fonte: Página do Donald Trump no *Twitter*.

Nos *tweets* citados, Trump criticava o *Obamacare* (Lei de Proteção ao Paciente e Cuidados Acessíveis) e prometia revogá-lo e substituí-lo. Ele enfatizava que o sistema de saúde implementado pelo governo anterior era um desastre e alegava que Hillary Clinton pretendia mantê-lo, tornando-o ainda mais caro. Através dessas declarações, Trump reforçava sua posição como um defensor dos interesses dos americanos comuns, alegando que ele era a melhor opção para trazer mudanças reais e combater a corrupção política.

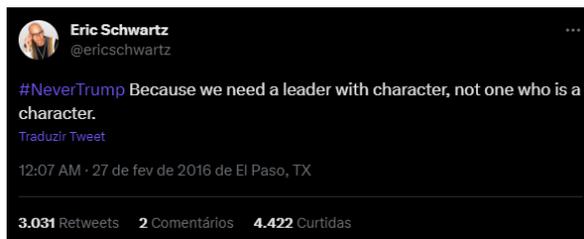
Durante as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, várias *hashtags* surgiram nas redes sociais, em oposição à candidatura de Donald Trump. Essas *hashtags* representavam movimentos e grupos que se opunham às políticas e posicionamentos de Trump, buscando expressar sua discordância e mobilizar apoio em favor de outros candidatos ou causas específicas.

Uma das *hashtags* mais conhecidas e amplamente utilizadas durante as eleições foi *#NeverTrump*. Essa *hashtag* foi adotada por indivíduos e grupos que se opunham veementemente a Donald Trump como candidato presidencial. Ela representava uma resistência ao seu estilo de liderança, suas declarações controversas e suas propostas políticas. A *hashtag* *#NeverTrump* foi usada para expressar o compromisso de nunca apoiar ou votar em Trump, assim como o comediante Eric Schwartz utilizou na Figura 4.

Outra *hashtag* importante foi *#DumpTrump*, que também ganhou popularidade entre os críticos do então candidato. Essa *hashtag* refletia o desejo de "descartar" ou

"livrar-se" de Trump como uma opção viável para a presidência. Os usuários do *Twitter* que usavam a *hashtag* *#DumpTrump* compartilhavam críticas, informações e argumentos contra sua candidatura, visando influenciar a opinião pública e desencorajar o apoio a ele, como citado na Figura 5, ao qual vemos a apologia do Donald Trump ser um bebê, mimado e malcriado.

Figura 4 – Tweet de Eric Schwartz “#NeverTrump Porque a gente precisa de um líder com caráter, não de um personagem”.



Fonte: Página do Eric Schwartz no *Twitter*.

Figura 5 – Tweet @gregjeske utilizando #DumpTrump “A América precisa de grandes mãos”.



Fonte: Página do Greg Jeske no *Twitter*.

Além dessas *hashtags* amplamente difundidas, houve uma variedade de outras *hashtags* criadas e utilizadas por diferentes grupos e movimentos. Por exemplo, havia

hashtags específicas para enfatizar questões como imigração, direitos das mulheres, mudanças climáticas e muitas outras preocupações políticas e sociais. Essas *hashtags* foram usadas para mobilizar eleitores, compartilhar informações relevantes, promover a conscientização sobre determinados temas e construir uma comunidade de pessoas que compartilhavam das mesmas preocupações e ideais.

É importante ressaltar que, embora as *hashtags* tenham se tornado um meio popular de expressão e mobilização política nas redes sociais, seu impacto direto no resultado das eleições é difícil de ser medido. No entanto, elas desempenharam um papel significativo ao fornecer uma plataforma para a expressão de opiniões contrárias a Trump, permitindo que os usuários do *Twitter* compartilhassem suas preocupações e visões com um público mais amplo.

No contexto das eleições de 2016, as *hashtags* contra Trump refletiram a diversidade de vozes e opiniões presentes na sociedade, demonstrando o poder das redes sociais como um espaço para o engajamento político e a formação de comunidades virtuais em torno de questões relevantes. Essas *hashtags* desempenharam um papel importante ao fornecer uma voz coletiva para aqueles que se opunham à candidatura de Trump e buscavam influenciar o debate político.

Durante as eleições presidenciais no Brasil em 2018, também ocorreram mobilizações nas redes sociais com *hashtags* contrárias à candidatura de Jair Bolsonaro. Essas *hashtags* representavam a oposição e críticas ao candidato, expressando preocupações sobre suas propostas políticas, declarações controversas e posicionamentos em relação a determinadas questões.

A campanha de Jair Bolsonaro teve como foco central a união dos diversos grupos que compartilham dos ideais da "nova direita" brasileira, unidos pela oposição à esquerda, principalmente representada pelo sentimento antipetista, ou seja, aqueles que têm uma postura contrária ao Partido dos Trabalhadores (PT), como é possível observar na Figura 6.

Nesse contexto, foram realizados inúmeros ataques direcionados ao PT, Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e Partido Comunista do Brasil (PCdoB), assim como a movimentos sociais como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), como é possível ver esses ataques nas Figuras 7 e 8. Também foram

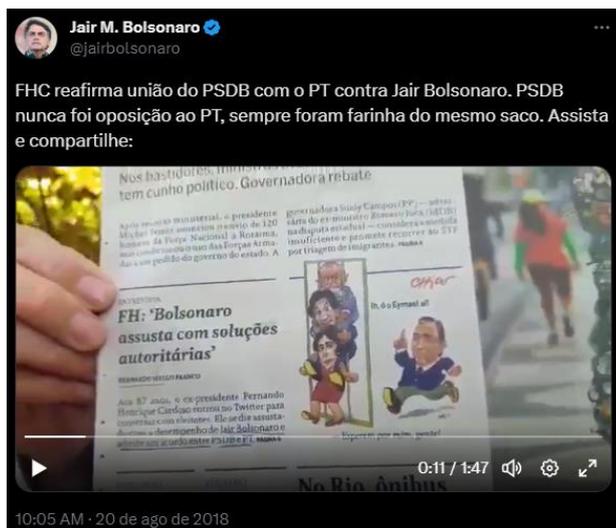
registrados ataques a lideranças políticas como José Dirceu, Maria do Rosário e o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, resumidos como "farinha do mesmo saco".

Figura 6 – Jair Bolsonaro sobre o PT.



Fonte: Página do Jair Messias Bolsonaro no *Twitter*.

Figura 7 – Jair Bolsonaro sobre PSDB.



Fonte: Página do Jair Messias Bolsonaro no *Twitter*.

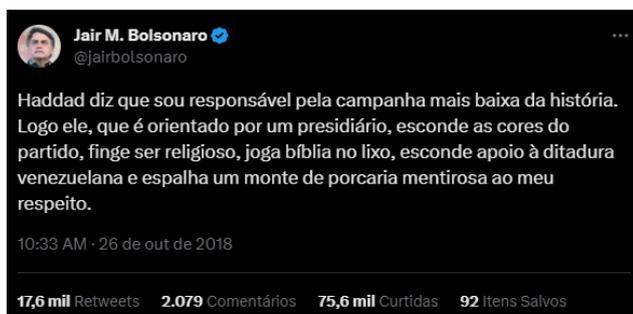
Figura 8 – Jair Bolsonaro sobre MST.



Fonte: Página do Jair Messias Bolsonaro no *Twitter*.

A figura do ex-presidente Lula foi alvo de críticas constantes, e a campanha negativa contra o candidato Haddad argumentava que ele "recebia ordens do presidiário", mostrado na Figura 9. Bolsonaro enfatizou que o Brasil não deveria ser controlado da prisão, insinuando que o PT seria uma facção criminosa. A operação Lava Jato, o mensalão e o petrolão foram mencionados repetidamente para destacar casos de corrupção associados ao PT. Bolsonaro também explorou valores morais, religiosos e a ideia de ameaça à família tradicional e à heteronormatividade, destacando o suposto "kit gay" que Haddad teria apoiado. Além disso, Haddad foi acusado de jogar uma bíblia no lixo.

Figura 9 – Jair Bolsonaro sobre Haddad.



Fonte: Página do Jair Messias Bolsonaro no *Twitter*.

Por outro lado, os tweets de contra-ataque tinham como objetivo combater *fake news* e eram acompanhados pela palavra "verdade", enfatizando a importância de conhecer a verdade dos fatos. Essa estratégia também foi usada para resguardar a candidatura contra movimentos como o #EleNão, essa *hashtag* ganhou destaque como um movimento de resistência contra a candidatura de Bolsonaro, reunindo indivíduos e grupos que se opunham a suas ideias e discursos considerados discriminatórios, misóginos e autoritários. A *hashtag* #EleNão foi amplamente difundida, incentivando os usuários a expressarem sua rejeição ao então candidato e a se mobilizarem em favor de outros candidatos e propostas políticas, como mostrado na Figura 10 a mobilização em São Paulo contra Jair Bolsonaro.

Figura 10 – Canal de Notícia Mídia Ninja sobre o movimento #EleNão.



Fonte: Página do Mídia Ninja no *Twitter*.

Outra *hashtag* relevante foi #EleNunca. Assim como o #NeverTrump, essa *hashtag* também foi utilizada para manifestar oposição a Bolsonaro, enfatizando que ele nunca seria uma opção aceitável para a presidência. Os usuários do *Twitter* que aderiram a essa *hashtag* compartilhavam críticas e argumentos contrários a Bolsonaro, destacando preocupações com relação a seus posicionamentos em temas como direitos humanos, meio ambiente, diversidade e políticas sociais.

Além dessas *hashtags* de destaque, diversas outras foram criadas e utilizadas por diferentes grupos e movimentos ao longo do período eleitoral. Cada uma delas expressava preocupações específicas sobre a candidatura de Bolsonaro, abordando questões como democracia, direitos das minorias, liberdade de expressão, entre

outras. Essas *hashtags* serviram como um meio de mobilização, compartilhamento de informações e construção de uma comunidade virtual que se opunha à candidatura de Bolsonaro.

É importante ressaltar que, assim como nas eleições nos Estados Unidos, o impacto direto das *hashtags* nas eleições no Brasil é difícil de ser mensurado. No entanto, as *hashtags* contra Bolsonaro desempenharam um papel significativo ao que fornece um espaço de expressão para aqueles que se opunham ao então candidato e buscavam influenciar o debate político. Elas contribuíram para a visibilidade das críticas e preocupações sobre sua candidatura, ampliando o alcance dessas vozes e estimulando o engajamento dos usuários do *Twitter*.

Essas *hashtags* também evidenciaram a importância das redes sociais como plataformas de engajamento político e participação patriótica. As *hashtags* contrárias a Bolsonaro refletiram a diversidade de vozes presentes na sociedade brasileira, demonstrando a capacidade das redes sociais em promover debates políticos e mobilizar pessoas em torno de causas políticas e sociais.

4.1.2 COPA DO MUNDO DO QATAR: LEIS E HOMOFOBIA

Durante grandes eventos esportivos, como as Olimpíadas e a Copa do Mundo, o *Twitter* se torna um centro de discussões e compartilhamento de informações. Os usuários compartilham atualizações sobre os resultados das competições, momentos marcantes, entrevistas e comentários sobre os jogos. O *Twitter* permite que os fãs se envolvam ativamente nas discussões esportivas e acompanhem os eventos em tempo real, mesmo que não estejam fisicamente presentes.

A Copa do Mundo de 2022 no Catar despertou grande interesse e curiosidade em todo o mundo. Uma das maneiras pelas quais as pessoas começaram a conhecer a cultura do país e a vivência do evento foi por meio do compartilhamento de experiências no *Twitter*. A plataforma se tornou um espaço onde torcedores, jornalistas e visitantes compartilhavam fotos, vídeos, relatos e opiniões sobre os jogos, os estádios, a atmosfera da Copa do Mundo e a cultura local.

O *Twitter* permitiu que pessoas de diferentes partes do mundo se conectassem e trocassem informações em tempo real, proporcionando uma visão mais abrangente

e diversificada da experiência da Copa do Mundo no Catar. Por meio do uso de *hashtags* relacionadas ao evento, como #Qatar2022 e #WorldCup, os usuários puderam acompanhar as notícias, os momentos marcantes dos jogos e as atividades relacionadas à Copa.

Além disso, o *Twitter* também serviu como uma plataforma para expressar opiniões e discutir questões relacionadas ao evento, como infraestrutura, sustentabilidade e direitos humanos. Debates e discussões ocorreram na plataforma, ampliando o alcance das vozes e permitindo uma troca de perspectivas sobre a cultura do Catar.

Um dos assuntos mais comentados foi sobre a sede da copa do Mundo 2022, ainda considera a homossexualidade um crime. O Código Penal do país em seu artigo 296 condena relações sexuais entre pessoas do mesmo sexo (sodomia), punindo quem as pratique com penas de 3 a 5 anos de prisão, sendo a pena máxima o apedrejamento.

Apesar das preocupações com as violações de direitos humanos no Qatar, Nasser Al-Kather, responsável pela organização da Copa do Mundo FIFA (Federação Internacional de Futebol), assegurou que o país irá receber e acolher de forma positiva os indivíduos LGBT que foram presentes entre os quase 2,5 milhões de solicitantes de ingressos para o evento esportivo. No entanto, Caneparo (2022, p. 2) ressalta as questões preocupantes relacionadas às violações de direitos humanos que ocorrem no país:

Ainda que o Qatar faça parte de diversos tratados que versam sobre direitos humanos – cito aqui alguns exemplos, como a Convenção Internacional para a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Racial, o Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos, o Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, a Convenção contra a Tortura e Outros Tratamentos ou Penas Cruéis, Desumanas ou Degradantes, a Convenção dos Direitos das Crianças e, pasmem vocês (!), a Convenção para a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Contra a Mulher -, constatam-se diversas violações (todas relatadas por organismos internacionais), dentre as quais pontuo: restrições à liberdade de expressão; restrições à reunião pacífica e à liberdade de associação; restrição à liberdade de circulação dos trabalhadores migrantes; limites à capacidade dos cidadãos de escolherem o seu governo em eleições livres e justas; falta de investigação e responsabilização pela violência contra as mulheres; criminalização da relação consensual entre o mesmo sexo; trabalhos forçados; e, por fim, a instituição de pena de morte especialmente para os estrangeiros –vide o que ocorreu em fevereiro, quando um tunisiano foi condenado à pena de morte sem qualquer informação adicional pelo governo.

Na tentativa de exercer pressão sobre o Qatar em relação a mudanças, pelo menos durante a Copa do Mundo FIFA 2022, representantes de oito seleções europeias que participarão do torneio planejaram uma campanha contra a homofobia no país. Os capitães das seleções da Alemanha, Bélgica, Dinamarca, França, Holanda, Inglaterra, País de Gales e Suíça tinham a intenção de usar uma braçadeira com um coração nas cores do arco-íris em apoio ao movimento *One Love*, criado em 2020 na Holanda. Muitos jogadores mostraram seu apoio no *Twitter* e postaram sobre o movimento, assim como Marten de Roon na Figura 11. Os capitães da Noruega e da Suécia, mesmo não se classificando para o mundial de 2022, também se associaram a essa iniciativa.

Figura 11 – Jogador de futebol Dirono sobre o movimento #OneLove.



Fonte: Página do Marten de Roon no *Twitter*.

As braçadeiras não receberam aprovação da FIFA, alegando que as regras são rígidas e estabelecem os padrões de vestimenta de todas as seleções durante o torneio, incluindo a "padronização" das braçadeiras. A entidade baseou-se no fato de que as regras foram discutidas e aprovadas em junho em Doha e certificadas em agosto por todos os participantes da competição em Zurique. É lamentável que as braçadeiras em apoio à campanha contra a homofobia não tenham sido permitidas dentro desse contexto regulatório, muitas pessoas se mostraram indignadas no *Twitter*, um ótimo exemplo é o *tweet* que o político brasileiro Eduardo Suplicy fez

demonstrando seu descontentamento com essa rejeição, como mostrado na Figura 12.

Figura 12 – Político Suplicy sobre o movimento #OneLove na Copa.



Fonte: Página do Eduardo Suplicy no *Twitter*.

Embora os desafios persistam, é encorajador ver que o futebol está se tornando um veículo para promover mudanças sociais e combater a homofobia. A Copa do Mundo de 2022 pode não ter testemunhado as braçadeiras com o símbolo do arco-íris, mas certamente inspirou conversas e reflexões sobre a necessidade de construir um esporte mais inclusivo e acolhedor.

4.1.3 MOVIMENTOS DE ATIVISMO E PROTESTO

O *Twitter* tem sido uma plataforma crucial para a organização e divulgação de movimentos de ativismo e protesto em todo o mundo. Os ativistas utilizam a plataforma para mobilizar apoiadores, compartilhar informações sobre os eventos, transmitir ao vivo e documentar abusos e violações dos direitos humanos. O *Twitter* desempenhou um papel fundamental na divulgação de eventos como os protestos do Movimento *Black Lives Matter* (Vidas Negras Importam).

O *Black Lives Matter* é um movimento social que ganhou força e visibilidade nos últimos anos, especialmente através das redes sociais. De acordo com Santos e Reis (2022), a *hashtag* *#BlackLivesMatter* surgiu em 2013 durante a quarta fase do ativismo *online*, um período em que as mobilizações políticas *online* se tornaram populares. Essa fase foi marcada por protestos em diversos países, como a Primavera Árabe e manifestações na Grécia, Espanha, Nigéria, Brasil e Turquia. O uso das mídias sociais nesse contexto foi visto como uma forma de inclusão de novas vozes e resistência contra governos autoritários. O *Twitter* desempenhou um papel significativo na disseminação e mobilização desses movimentos, permitindo que as vozes dos ativistas e apoiadores fossem ouvidas em escala global.

No *Twitter*, o uso de *hashtags* relacionadas ao *Black Lives Matter*, como *#BlackLivesMatter* e *#BLM*, se tornou uma forma de amplificar as mensagens e promover a conscientização sobre a luta contra a injustiça racial e a violência policial. Essas *hashtags* serviram como uma ferramenta poderosa para unir pessoas, compartilhar informações, relatos de casos de violência racial e organização de protestos.

Os usuários do *Twitter* compartilharam vídeos, fotos e relatos de incidentes de violência policial contra pessoas negras, aumentando a conscientização sobre a questão e pressionando por mudanças. Além disso, as *hashtags* permitiram que histórias e experiências pessoais de racismo fossem compartilhadas, dando voz a indivíduos que muitas vezes são marginalizados e silenciados.

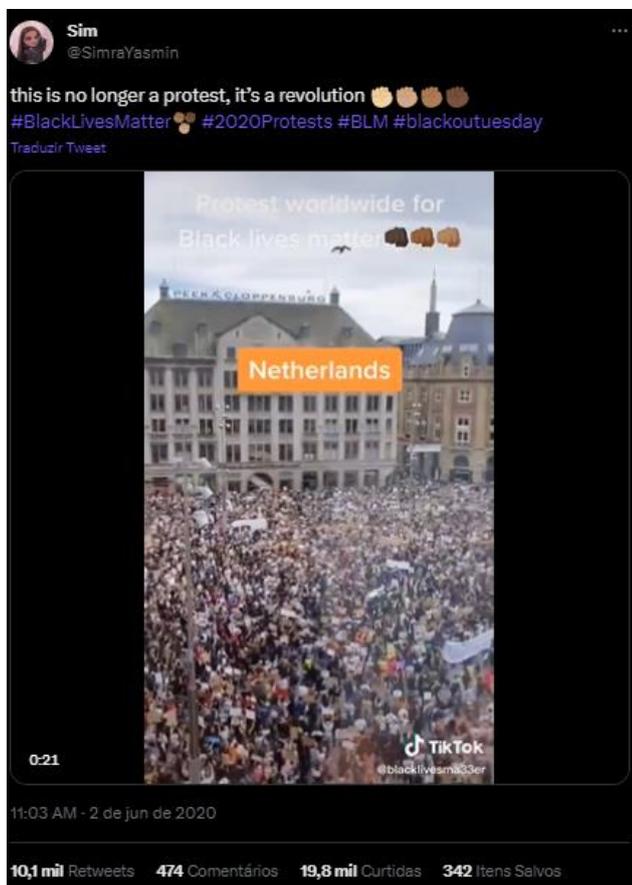
O *Twitter* também se tornou um espaço de debate e discussão sobre as questões centrais do movimento, como justiça racial, igualdade e reforma policial. Pessoas de diferentes origens e perspectivas puderam se envolver em conversas, trocar ideias e desafiar narrativas discriminatórias. O engajamento nas redes sociais, incluindo o *Twitter*, ajudou a mobilizar a opinião pública e colocar pressão sobre autoridades e instituições para enfrentar as desigualdades raciais.

Santos e Reis (2022) apontam que em 2020, a *hashtag* *#BlackLivesMatter* voltou a ganhar destaque após o assassinato de George Floyd em maio. No Brasil, a repercussão do movimento também teve suas próprias causas nacionais, como o caso de João Pedro, de 13 anos, morto pela polícia no Rio de Janeiro, e o caso de

Miguel, de cinco anos, que caiu de um prédio enquanto estava sob os cuidados de sua mãe, que trabalhava como empregada doméstica.

Além disso, o *Twitter* também foi utilizado como uma plataforma para a organização de protestos, manifestações e eventos relacionados ao *Black Lives Matter*. Através da disseminação de informações sobre horários, locais e detalhes das ações, o *Twitter* facilitou a mobilização e a participação de indivíduos que desejavam apoiar o movimento e lutar por mudanças sociais, o resultado disso foi claramente mostrado na Figura 13.

Figura 13 – Tweet de Sim sobre os protestos do movimento #BlackLivesMatter.



Fonte: Página da Simra Yasmin no *Twitter*.

Em resumo, o *Twitter* desempenhou um papel fundamental no impulsionamento do Movimento *Black Lives Matter*. Através do compartilhamento de informações, conscientização, organização e engajamento, a plataforma permitiu que o movimento ganhasse visibilidade, ampliasse seu alcance e trouxesse a questão da justiça racial para o centro do debate público.

Esses são apenas alguns exemplos de como o *Twitter* teve um impacto significativo na divulgação de notícias e eventos atuais. A natureza em tempo real da plataforma permite que informações importantes sejam compartilhadas rapidamente, alcançando um público amplo e possibilitando o envolvimento ativo dos usuários. O *Twitter* se tornou uma ferramenta poderosa para a disseminação de informações e a amplificação de vozes em diversas áreas da sociedade contemporânea.

4.1.4 FANDOMS LITERÁRIOS NO TWITTER

O engajamento e a participação ativa dos fãs, vão além do consumo passivo do conteúdo midiático. Eles se esforçam para se envolver ativamente e contribuir para a cultura e o universo das mídias que admiram. Segundo Jenkins (2008, p.181) “Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que se recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno”. Os fãs desempenham um papel crucial na formação de comunidades e na ampliação da experiência além das fronteiras estabelecidas pelos criadores de mídia.

No contexto do *Twitter*, os chamados “*fandoms*” representam comunidades de fãs apaixonados por determinados temas, obras ou artistas. No caso dos fãs de livros, existem inúmeros *fandoms* dedicados a diferentes gêneros literários, séries de livros e autores.

Para Silveira (2010) aderir a um *fandom* é uma passagem do isolamento sociocultural em direção a uma participação ativa dentro de um grupo receptivo a suas produções e no qual se tem um senso de pertencimento.

O *BookTok* é uma comunidade vibrante no *Twitter* que se dedica a compartilhar e discutir livros de maneira criativa e envolvente. Trata-se de um movimento que surgiu no aplicativo *TikTok*, onde os usuários começaram a criar vídeos curtos apresentando suas recomendações de leitura, resenhas, dicas e momentos favoritos de livros. O *Twitter* tem se mostrado um espaço popular para os fãs de livros compartilharem seu entusiasmo, trocarem recomendações, discutirem tramas e personagens, e se conectarem com outros leitores. Os fãs de livros no *Twitter* frequentemente utilizam *hashtags* específicas relacionadas a determinados livros,

séries ou eventos literários para se unirem em torno de um interesse comum. Com esse crescimento do interesse por essas leituras, as livrarias se tornaram facilitadoras do acesso, mantendo até mesmo espaços dedicados ao *BookTok*, como mostrado na Figura 14.

Figura 14 – Tweet de Raina sobre as prateleiras dedicadas ao *booktok* nas livrarias.



Fonte: Página da Gabriela Raina no *Twitter*.

Os criadores de conteúdo do *BookTok*, geralmente se identificam como leitores ávidos e usam a plataforma para expressar sua paixão pela literatura. Eles criam conteúdos dinâmicos e envolventes, muitas vezes combinando cenas de livros, música, efeitos visuais e até mesmo performances para transmitir suas emoções e experiências de leitura, desta forma fazendo uma comunidade de fãs.

Os *fandoms* de livros no *Twitter* oferecem uma plataforma para os leitores expressarem sua devoção aos seus autores favoritos, participarem de discussões aprofundadas sobre narrativas e temas abordados nos livros, e compartilharem suas experiências de leitura. Essas comunidades também podem organizar encontros virtuais ou presenciais, clubes de leitura *online* e eventos temáticos, proporcionando aos fãs a oportunidade de se conectar e interagir com outros leitores.

Além disso, o *Twitter* permite que os fãs de livros acompanhem notícias e lançamentos literários, sigam perfis de autores e editoras, participem de concursos e promoções, e estejam atualizados sobre eventos literários, como feiras do livro e sessões de autógrafos.

O engajamento dos fãs de livros no *Twitter* pode contribuir para a promoção e divulgação de obras, influenciando outros leitores a descobrirem novos livros e autores. O fenômeno do *BookTok* evidencia a maneira como as redes sociais, como o *Twitter*, podem influenciar o comportamento de leitura e a cultura literária. Ao oferecer um espaço para a troca de recomendações e discussões sobre livros, o *BookTok* contribui para a ampliação do acesso à literatura e para a formação de novas comunidades de leitores.

Também pode proporcionar um espaço de apoio e empoderamento, onde os leitores podem compartilhar suas opiniões e encontrar pessoas com interesses semelhantes. Como na Figura 15, ao qual um autor brasileiro mostra que sua obra apesar do pouco conhecimento da imprensa brasileira, é notavelmente reconhecido, chegando a vender mais que obras internacionais famosas.

Figura 15 – Tweet do autor brasileiro Pedro Rhuas divulgando seu livro através da plataforma *Twitter* para o *fandom* do *booktok*.



Fonte: Página do Pedro Rhuas no *Twitter*.

Em resumo, os *fandoms* de livros no *Twitter* oferecem aos fãs uma plataforma para se conectarem, compartilharem sua paixão pela leitura e participarem de uma comunidade ativa e engajada de leitores.

No contexto da biblioteconomia, o estudo e entendimento do *BookTok* podem ser relevantes para profissionais que buscam se conectar com os leitores e promover serviços bibliotecários. Compreender como os usuários do *fandom BookTok* interagem com os livros e como eles consomem conteúdo literário nas redes sociais pode auxiliar na criação de estratégias de engajamento e promoção de recursos bibliotecários, atraindo assim um público mais amplo e diversificado.

5 CONFIANÇA INFORMACIONAL DO *TWITTER*

A disseminação de *fake news*, ou notícias falsas, no âmbito digital tem sido chamada por Ripoll e Matos (2017) de uma "epidemia de zumbi". Isso se refere ao comportamento de pessoas que consomem e compartilham desinformação sem verificar sua veracidade. Para lidar com esse problema, eles apontam a necessidade de promover a inteligência coletiva e estimular a reflexão crítica dos indivíduos.

A veracidade e confiabilidade das informações no *Twitter* é um tema relevante e complexo no contexto da sociedade digital. Embora o *Twitter* seja uma plataforma que permite o compartilhamento rápido de informações, a natureza aberta e descentralizada da plataforma também apresenta desafios em relação à precisão e confiabilidade dos conteúdos divulgados.

O *Twitter* tem sido uma plataforma propícia para a propagação de informações falsas, conhecidas como "*fake news*". Devido à velocidade e alcance da plataforma, informações enganosas podem se espalhar rapidamente e atingir um grande número de usuários. Essas informações podem abranger uma variedade de tópicos, desde notícias sensacionalistas até desinformação deliberada com fins políticos, comerciais ou de manipulação social. Muitas vezes, são projetadas para induzir a desinformação, manipular opiniões e influenciar a percepção das pessoas sobre determinados assuntos.

Moretzsohn (2017) destaca que a era da informação contribui para a formação de bolhas sociais, onde as pessoas se cercam de informações que reforçam suas próprias crenças e visões de mundo. Para combater essa situação, ela defende a importância de ações presenciais e virtuais articuladas, mostrando aos cidadãos a importância de verificar a veracidade das informações que recebem.

A natureza em tempo real do *Twitter* torna desafiador verificar a veracidade das informações compartilhadas. Muitas vezes no *Twitter*, os usuários compartilham notícias e eventos antes que haja confirmação oficial, levando à disseminação de informações imprecisas ou não verificadas. Além disso, a presença de contas de *spam*, *bots* e perfis falsos também contribui para a disseminação de desinformação.

Pinheiro e Brito (2014) criticam a internet como principal responsável pelo fenômeno da desinformação. Eles argumentam que a facilidade de propagação de

notícias de baixo valor cultural, sem significância para a formação intelectual dos indivíduos, é facilitada pela internet.

Os usuários também desempenham um papel importante na identificação e combate às *fake news* no *Twitter*. Em um ambiente onde informações verdadeiras e falsas coexistem, é essencial que os usuários do *Twitter* desenvolvam habilidades de pensamento crítico em relação ao conteúdo que encontram e verifiquem as fontes antes de compartilhar informações. Isso envolve questionar e verificar as fontes, analisar o contexto e considerar diferentes perspectivas antes de compartilhar ou acreditar em uma informação. Além disso, denunciar conteúdo suspeito ou enganoso pode ajudar a plataforma a tomar medidas contra a propagação de *fake news*. A educação para a mídia e a alfabetização digital desempenham um papel crucial no fortalecimento dessas habilidades entre os usuários.

É importante ressaltar que as *fakes news* no *Twitter* podem ter sérias consequências, incluindo a disseminação de informações prejudiciais, divisões sociais e manipulação de eventos importantes, como eleições ou pandemia. Portanto, é fundamental que os usuários e a plataforma estejam constantemente vigilantes na luta contra a desinformação e na promoção de um ambiente de comunicação mais confiável e preciso.

Para combater as *fakes news*, o *Twitter* tem implementado medidas para identificar, sinalizar e reduzir a disseminação dessas informações falsas. Isso inclui parcerias com organizações de checagem de fatos e o uso de algoritmos e inteligência artificial para identificar conteúdo enganoso. No entanto, desafios persistem, e a responsabilidade recai tanto nos usuários, ao serem críticos em relação ao que compartilham, quanto na plataforma, ao melhorar seus algoritmos e políticas de moderação.

5.1 PROFISSIONAIS DA INFORMAÇÃO CONTRA AS *FAKE NEWS*

Os profissionais da informação, incluindo bibliotecários e cientistas da informação, desempenham um papel fundamental na promoção da confiabilidade e veracidade das informações no *Twitter*, pois possuem habilidades e conhecimentos específicos que podem contribuir para a promoção da informação confiável e a

educação do público em relação à verificação e avaliação de fontes. Seja oferecendo orientação na busca, avaliação e uso de fontes confiáveis, além de incentivar o desenvolvimento de habilidades de literacia informacional entre os usuários. A colaboração entre esses profissionais e a plataforma pode contribuir para a criação de um ambiente mais confiável e informado.

As *fake news* representam um desafio significativo na era da pós-verdade e da desinformação coletiva. Diversos estudos convergem em apontar a importância da reflexão crítica por parte dos usuários de mídias sociais no que diz respeito às informações que circulam nesses ambientes (Cooke, 2017; Pangrazio, 2018; Paul, 2017).

Uma forma dos profissionais da informação utilizarem Educação em alfabetização informacional é desenvolvendo programas para ensinar as pessoas a avaliar criticamente as informações que encontram online. Isso inclui fornecer orientação sobre como identificar fontes confiáveis, verificar fatos e discernir entre notícias legítimas e conteúdo enganoso. A alfabetização informacional, também referida como reflexão crítica e educação, desempenha um papel fundamental na promoção do pensamento crítico e na capacidade dos indivíduos de discernir informações verdadeiras das falsas (Anderson, 2018; Rochlin, 2017). Nesse sentido, as bibliotecas têm sido apontadas como instituições essenciais para combater a desinformação e fortalecer a relação entre informação e democracia (Anderson, 2018).

O envolvimento das bibliotecas no combate à desinformação pode ocorrer por meio do fornecimento de informações consistentes aos usuários, da criação de espaços seguros para discussões e da elaboração de cursos que contribuam para o aperfeiçoamento dos cidadãos (Lor, 2018). Os profissionais da informação também podem fornecer acesso a fontes confiáveis de informação por meio de bibliotecas digitais, bases de dados acadêmicas e outros recursos. Além de orientar os usuários a utilizar essas fontes como referências confiáveis e a evitar a propagação de informações duvidosas.

Nesse contexto, os profissionais da informação podem colaborar com organizações de checagem de fatos para identificar e sinalizar informações falsas. Podendo compartilhar recursos, ajudar na análise de informações e fornecer suporte

na disseminação de resultados verificados. E de forma mais descompromissada, acompanhar as tendências de desinformação e *fake news* nas redes sociais trabalhando para identificar informações falsas e fornecer contrapontos baseados em evidências, ajudando a combater a propagação de desinformação.

Em resumo, os profissionais da informação têm um papel crucial na luta contra as *fakes news*, contribuindo para a educação, promoção de fontes confiáveis, verificação de fatos e monitoramento da desinformação. Sua atuação é essencial para fortalecer a capacidade das pessoas em identificar e lidar com informações falsas, promovendo uma sociedade informada e crítica.

Por outro lado, é necessário dar condições de autonomia ao usuário, estabelecer capacitação, orientações quanto ao uso de produtos e serviços da biblioteca, entre eles. As atividades de disseminação da informação, englobando o: serviço de alerta, disseminação seletiva da informação, disseminação eletrônica, e certos tipos de prestação de serviços aos usuários como levantamento bibliográfico, normalização bibliográfica, recortes de artigos e informação utilitárias.

A qualidade da disseminação da informação e do conhecimento depende do modo significativo de atuar do mediador, isto é, do profissional bibliotecário. Com o avanço das tecnologias, o profissional da informação, nessa sociedade global, necessita aprimorar a sua formação, inclusive dando ênfase às tecnologias da informação. Nesse sentido, exige-se dele uma visão holística, um vasto leque de conhecimentos gerais, de idiomas, de informática, de comunicação e de elementos de pedagogia e de psicologia, muitas vezes. O que parece estar em questão é um novo perfil do “trabalhador” do conhecimento, como um indivíduo que vive testando suas experiências, que é receptivo a novos aprendizados, e é um profissional que usa a criatividade para moldar cada experiência.

Para Barbalho, uma das competências exigidas do profissional da informação é:

a capacidade intelectual de saber, a partir de conteúdos conceituais, e de saber fazer em função da atuação baseada em procedimentos sedimentados por uma prática consciente e basilar para uma ação social que consolide o processo de mudança coletiva ou individual é a base do perfil de competência delineado para os profissionais da informação (BARBALHO 2002, p.7).

Ainda de acordo com Barbalho (2002) a competência do profissional, de modo geral, refere-se ao conjunto de capacidades, seus níveis de integração e aplicação

nos diferentes âmbitos da vida individual ou social, que se expressa através de uma síntese das experiências de vida que cada profissional possui, produzindo um saber fazer consciente.

O profissional do século XXI deve saber distinguir as competências técnicas das relacionais e sociais. Seu sucesso no trabalho depende somente dele e de seus esforços, para quem é fundamental saber transferir a informação disponível de interesse e dentro do planejamento elaborado. Entre as competências desejáveis, podem ser citadas: criatividade, dinamismo, iniciativa, além do domínio da escrita e da leitura e da cultura da organização. A rápida superação de conhecimentos exige que a aprendizagem seja entendida como um processo permanente desse “novo” profissional da informação.

No domínio do senso comum, a competência é compreendida como saber ou fazer qualquer coisa bem. Em termos organizacionais, a competência concentra-se na análise da contribuição do indivíduo para a organização, bem como o modo como ela é concretizada, exigindo-se assim, não uma competência, mas um conjunto delas que envolve tanto um saber geral, quanto um conhecimento específico para o exercício da atividade (BARBALHO, 2002).

O usuário necessita de uma informação e muitas vezes busca apoio no bibliotecário; para que isto aconteça de forma satisfatória, ambos devem usar uma linguagem compreensível e interativa e o profissional deve ser eficiente. Na medida do possível, o profissional bibliotecário não deve deixar seu usuário sem informação (ou sem algum encaminhamento): sua função é mediar a informação correta, com qualidade, em um menor tempo possível, para que o usuário satisfaça sua necessidade informacional de maneira satisfatória para si, onde quer que a informação se encontre, mesmo que seja fora daquela biblioteca, mas a partir dela.

Demo (2002), ao discutir os aspectos conceituais, define competência como a capacidade de fazer e fazer-se diariamente, ou seja: para o autor, ter competência não é apenas executar bem uma tarefa, é, acima de tudo, refazer-se para antecipar as demandas, reconstruindo, questionando, inovando de modo a enfrentar os desafios da qualidade formal (inovação pelo conhecimento) e política (intervenção ética e cidadania). Competência é atributo da cidadania, do sujeito consciente e organizado.

A competência é de iniciativa e de responsabilidade do indivíduo sobre as situações profissionais com as quais se defronta; isto é, a capacidade de uma pessoa

gerar resultados de acordo com os objetivos organizacionais, e com o desempenho obtido através do conjunto de qualidades que lhe é inerente.

A habilidade, por sua vez, está associada ao saber-fazer, ou seja, a capacidade de aplicar e fazer uso produtivo do conhecimento adquirido, utilizá-lo em uma ação com vista ao atingimento de um propósito específico. Finalmente a atitude é a dimensão de querer-saber-fazer, que diz respeito aos aspectos sociais e afetivos relacionados ao trabalho (BARBALHO, 2002, p. 3).

As competências envolvem características que delineiam o modo de agir de cada profissional, de buscar uma atuação que dignifique seu fazer amparado no saber consciente e pertinente com as expectativas geradas pelo perfil de demanda do público que deve ser atendido, e, acima de tudo, apoiar a prática nas reais necessidades do fazer profissional que visa, principalmente, o desenvolvimento justo do indivíduo e de seu ser cidadão.

Cabe ao bibliotecário, o manejo adequado das fontes de informação, sejam elas de natureza formal ou informal, para atingir o usuário; as estratégias de disseminação da informação precisam estar apoiadas nos canais de comunicação e nas referidas fontes de informação, completando os processos-fim. Na prática, o passo inicial é o levantamento, realizado pelo preenchimento de formulário pelo próprio usuário, onde são registrados seus dados cadastrais (nome, unidade, telefone, e-mail, etc.) e dados temáticos (indicadores para facilitar a estratégia de busca e o desenvolvimento do vocabulário, como uma síntese descritiva sobre a pesquisa, que possibilite a delimitação do campo de interesse), que deflagra todo o processo de compatibilização com a informação disponível, configurando-se até como um processo de disseminação seletiva de informação.

Outro aspecto importante a considerar é o uso da informação, que tem uma estreita relação com os processos de disseminação da informação e do conhecimento. Trata-se de um processo complexo que pode ser afetado de diferentes maneiras. Assim sendo, características culturais, por exemplo, podem afetar a absorção do conhecimento e da informação; durante o processo, é importante ter visibilidade do que se quer comunicar, do conteúdo, dos meios de comunicação mais (ou menos) eficazes, em relação ao contexto e ao usuário. Tais aspectos interagem entre si, promovendo a compreensão e o uso da informação em diferentes níveis qualitativos.

Assim, a disseminação assume um papel de grande relevância no processo de transmissão da informação, pois os atos devem ser bem planejados e executados de maneira lógica e profissionalmente técnica.

Enfim, o mercado de trabalho exige profissionais bibliotecários cada vez mais qualificados e com a habilidade de interagirem bem com a equipe de serviço e com o público usuário. Somente os profissionais bem preparados, com formação ética, para direcionar dados e informações que se transformem em conhecimento para seus usuários, e que sabem disseminar tecnicamente a informação, terão condições de enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades em benefício da comunidade usuária e, em decorrência, da própria sociedade em que vivemos hoje.

As inovações tecnológicas acabaram tornando os usuários cada vez mais exigentes, por isso várias bibliotecas vêm utilizando as redes sociais para se manterem mais atuantes no processo de disseminação da informação, a fim de atrair mais usuários possibilitando o repasse e troca de informações com uma linguagem mais acessível.

Redes Sociais permitiram que bibliotecários e usuários não somente interagissem, mas compartilhassem e transformassem recursos dinamicamente em um meio eletrônico. Usuários podem criar vínculos com a rede da biblioteca, ver o que os outros usuários têm em comum com suas necessidades de informação [...] (MANESS, 2007, p.48).

Podemos dizer que a disseminação da informação é um serviço que tem a função de fornecer ao usuário maior seletividade nas informações por meio de listas de referências bibliográficas de acordo com sua área de interesse.

as tecnologias da informação e do conhecimento ampliam a disseminação da informação que se apoiam nos meios de comunicação da informação e na internet, de forma imprevisível (CARVALHO E SCHWARZELMÜLLER, 2006, p.9).

Porém, para que a disseminação da informação por meio das redes sociais ocorra de modo adequado, é importante que a biblioteca faça uma avaliação do tipo de rede social mais adequada ao seu perfil, bem como se suas possibilidades de dedicação são suficientes para atender às necessidades informacionais dos usuários, que por sua vez, possuem dúvidas, insatisfações, entre outros interesses, que precisam de monitoramento. Diante disso, Pontes e Santos (2011) dizem que as redes sociais dentro das Bibliotecas, objetivam apoiar as políticas organizacionais, o gerenciamento das informações e o processo de comunicação, com o intuito de auxiliar na obtenção de novos conhecimentos, favorecendo na interação de fontes

internas e externas de informação, além de se aproximar os seguimentos de ensino que atende.

A disseminação da informação na Biblioteconomia sempre esteve associada à mediação da leitura. A mediação é um fazer intrínseco ao bibliotecário, uma vez que ela nada mais é que dar acesso à informação da maneira mais pertinente possível. De acordo com Salcedo e Silva (2017, p. 23), o bibliotecário deixou de trabalhar apenas nos ambientes tradicionais e foi se aventurar em outros ambientes também conectados à informação de alguma forma, como por exemplo “empresas privadas, bancos e bases de dados digitais, portais de conteúdo e em redes institucionais internas”. Entretanto, em nenhum momento a mediação deixou de existir. “A mediação da informação, portanto, [...] encontra-se em todo e qualquer fazer do bibliotecário” (SALCEDO; SILVA, 2017, p. 28).

6 TWITTER NA ESFERA PÚBLICA E NA BIBLIOTECONOMIA

O *Twitter* desempenha um papel crucial na disseminação de informações em tempo real. Notícias, eventos e discussões são compartilhados instantaneamente, permitindo que o público esteja atualizado sobre os assuntos mais relevantes do momento.

A plataforma permite que pessoas de diferentes origens e perspectivas compartilhem suas opiniões e se envolvam em debates públicos. O *Twitter* amplifica as vozes daqueles que, de outra forma, não teriam uma plataforma para expressar suas opiniões, democratizando o acesso à esfera pública.

E facilita a participação cívica ao fornecer um espaço para discussão e mobilização em torno de questões sociais, políticas e culturais. Movimentos sociais, campanhas políticas e atividades de advocacia encontram um terreno fértil para se espalhar e ganhar apoio.

Assim como para todos os usuários, o *Twitter* permite que profissionais da biblioteconomia utilizem a ferramenta afim de compartilhar conhecimentos, experiências e recursos com uma ampla audiência. É uma plataforma onde especialistas da área podem trocar informações sobre melhores práticas, tendências e inovações na biblioteconomia.

O *Twitter* possibilita a conexão entre todos os tipos de profissões, e os profissionais da informação estão inclusos, permitindo que eles se conectem, colaborem e compartilhem ideias. Por meio de *hashtags* e *chats* temáticos, é possível participar de discussões relevantes, conhecer colegas de profissão e formar parcerias de trabalho.

As bibliotecas e profissionais da área podem usar o *Twitter* como um canal de divulgação para promover seus serviços, eventos, programas educacionais e recursos. Isso permite alcançar um público amplo e diversificado, aumentando a visibilidade das bibliotecas e sua relevância na era digital.

O *Twitter* é uma fonte rápida e eficiente de informações relevantes para os profissionais da biblioteconomia. Notícias, atualizações de pesquisas, eventos e

oportunidades de capacitação podem ser facilmente encontrados e compartilhados na plataforma, mantendo os profissionais atualizados e informados.

Em resumo, o *Twitter* tem um impacto significativo na esfera pública, fornecendo um espaço para o compartilhamento de informações, amplificação de vozes e engajamento cívico. Na biblioteconomia, a plataforma desempenha um papel importante no compartilhamento de conhecimentos, *networking* profissional, promoção de serviços e acesso rápido a informações relevantes para a área.

6.1 REFLEXÕES SOBRE O PROFISSIONAL DA INFORMAÇÃO

Muito comodamente o bibliotecário e o arquivista, aceitam a manutenção da estrutura profissional que reproduz um perfil tradicional desde a Idade Média e que não mais condiz com as atuais necessidades do mercado. Conforme Smit e Barreto (2002, p. 11),

Hoje, sem que se tenha alcançado uma massa crítica a respeito das competências do profissional de informação – aqui definido como bibliotecário e arquivista –, tampouco sua inserção no processo produtivo, compatível com as necessidades, potencialidades e importância no contexto do em que se insere o conjunto descrito, muito provavelmente por não conduzirem as suas preconizações estruturais à produtividade/competitividade e, muito mais, através de formas simplificadas de um ser unicamente privado, no âmbito das estantes e prateleiras, não um ser privado no sentido de empreender e tornar uma profissão lucrativa, não como profissão voltado para uma concepção pública cultural e educacional. Falta-lhes uma visão, um direcionamento de formação e visibilidade, do que é ser público e privado agravado pela sua imobilidade.

Conforme Almeida Jr. define,

o bibliotecário, aos olhos da sociedade, denomina-se todo aqueles que trabalha no espaço da biblioteca, independentemente da existência ou não de uma formação específica. Além disso, tem o bibliotecário uma imagem deturpada, um estereótipo que acreditamos dissociado da realidade.”(ALMEIDA JR. 2000, p.31)

Vê-se que, a realidade somada ao conceito de profissional da informação abre-se um leque a grupos de profissionais que tem como foco a informação agregada de valores transacionais, tendo como base conceitual uma ciência que tentam explicar as práticas de maneira determinista às condições do mercado. O termo profissional da informação constitui-se de fragmentos e torna-se uma profissão de segmentos que

diversificam em razão do tipo ou da forma como a informação é estudada e, é tão somente uma concepção, um caminho norteador para discussões do que é ser profissional da informação.

Segundo Castro e Ribeiro,

O termo, profissional da informação, adotado pelos bibliotecários, nas últimas décadas do século passado, a partir do avanço e adoção das tecnologias nos processos de geração, armazenamento e recuperação de informação, vem passando por vários processos, ora com uma visão progressista, ora conservadora. (CASTRO E RIBEIRO 2004, p. 42).

Como se percebe na literatura, as reflexões acerca dos princípios que norteiam a formação do profissional da informação no Brasil, no que se refere ao seu modo de saber/fazer, no início do século XX (1911 a 1930) o bibliotecário, erudito, humanista, ligado a cultura e às artes, sob influência da *École Nationale des Chartes* (Paris), o seu papel era reduzido a guarda das coleções de manuscritos, livros e impressos. As bibliotecas se restringiam às coleções particulares, aos conventos e mosteiros ou de instituições públicas.

Na década de 1930 à 1960, instala-se o modelo sob influência norte-americana da School of Library Economy (Columbia – NY) notadamente tecnicista, voltado exclusivamente a atividade de tratamento e organização de documentos. Cria-se a primeiro curso paulista em biblioteconomia e Associação Paulista de Bibliotecários, viabilizando assim a participação dos profissionais e o reconhecimento do curso. Contudo, a visão profissional era puramente tecnicista, tida como ‘guardião de livros’.

A partir da década de 1950, são criados cursos de biblioteconomia por todo o país e surge a luta dos bibliotecários para se firmarem como profissional de nível superior. Acontece também, o primeiro Congresso Brasileiro de Biblioteconomia (Recife, 1954).

Na década de 1960 com o reconhecimento oficial da profissão em nível superior deu-se a partir da aprovação da Lei 4.084/62 e Decreto 56.725/65. O Decreto 550/62 estabelece um currículo mínimo dos cursos de graduação em Biblioteconomia e criação de órgãos de classe. O bibliotecário passa a ser reconhecido como profissional amparado pela legislação, iniciando efetivamente sua participação no cerne da sociedade.

Entre as décadas de 1970-1980 surgem os cursos de pós-graduação em Biblioteconomia e Ciência da Informação, com ênfase na formação de docentes para os cursos de graduação, desenvolvimento da pesquisa e surgimento dos primeiros periódicos científicos da área.

Na década de 1980, dá-se a primeira reformulação do currículo mínimo dos cursos de graduação. O ensino de Biblioteconomia passa a ter caráter interdisciplinar, preocupando-se com a informação em seus diferentes suportes. A informação é vista como um 'produto essencial' ao desenvolvimento. Surge a visão do bibliotecário como agente cultural e de informação, abrindo assim um leque de opções no mercado de trabalho, direcionando-se às instituições educacionais e, principalmente, as universitárias e, algumas vezes atuando como educador.

É a partir da década de 1990, ante ao conjunto tão proclamado de processos da nova ordem mundial; da quebra de paradigmas e, com a expansão das redes de informação, tendo como suporte o desenvolvimento das tecnologias de comunicação, surgem novas demandas para o profissional da informação atuar nas unidades de informação, principalmente nas indústrias.

a evolução das profissões da informação está ligada, muito de perto, ao progresso da ciência e da tecnologia da informação. Encontraremos, portanto, as formas mais avançadas dessas profissões nos países que desenvolveram uma indústria da informação como Estados Unidos, Europa e Japão. (LE COADIC 1996, p. 106).

O Japão, pioneiro no setor, desde a década de 1950, monitorou do processo de reciclagem de pessoal conforme as políticas projetadas em seus diferentes estágios de desenvolvimento, como demonstram os estudos e propostas de Masuda, (1996). A Comunidade Econômica Europeia também já definiu ações para a informatização da sociedade regional e os Estados Unidos vêm formulando seus projetos de implantação de infovias, em escala planetária, com o apoio da iniciativa privada e sob a liderança política do vice-presidente Al Gore (CRESPO, 1996) apud Miranda (2000, p. 66).

A situação do Brasil ainda não está equacionada, o que se tem são propostas apresentadas pelo Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia.

Embora haja uma mobilização para modificação do perfil profissional, no Brasil, são movimentos ainda latentes que não conseguiram atingir a percepção da sociedade. Alguns autores sinalizam para o desenvolvimento de competências profissionais que devem ser compreendidas como o conjunto de habilidades,

aptidões, idoneidade, atitudes e conhecimentos teóricos e práticos necessários para desenvolver uma função especializada de modo consciente, válido e aceitável.

Mudanças devem ocorrer, sem sombra de dúvida. Entretanto, as atividades exercidas pelos profissionais de informação, não podem ser reduzidas a normas e padrões tradicionais ou impostos por grupos internacionais. Neste panorama, a postura que cabe ao profissional da informação é no sentido de refletir e definir estratégias e opções, levando em consideração as referências relativas ao significado e importância do conjunto descrito, que se insere na representatividade social, na interação entre o micro e o macroambiente, bem como nos interesses pessoais e profissionais para compreender a relação entre a cadeia de atores e instituições representantes do mercado de trabalho, que não podem ser alijados do contexto pelo simples toque de um teclado ou visto simplesmente como manipuladores do contexto socioeconômico.

Esta situação coloca os profissionais da informação não só em competição com especialistas de outras áreas como, direciona as áreas que lidam com a informação para outros caminhos, e exige dos profissionais conteúdos mais amplo de conhecimentos e competências, que o coloquem em um plano de igualdade, com os profissionais de outras áreas.

Com afirma Almeida Jr. que:

O mercado de trabalho está mudando – acompanhando transformações que superam a sua esfera de influência – e exigindo alterações nas posturas, atitudes, posições, concepções das profissões é inevitável. Aliás se soubermos ler nas entre linhas da realidade, veremos que essa reorganização já está em curso. Muitos indícios nos permitem sustentar essa afirmação. Fazendo frente a esse contexto o perfil dos profissionais formados pelas universidades tende a se modificar. (ALMEIDA JR. 2002, p. 135).

Essa é uma exigência imposta pela sociedade, não somente a estes profissionais, mais a todos os demais profissionais, tanto pela sobrevivência da profissão, tanto quanto pelas necessidades informacionais.

Assim, as organizações colocam à disposição das profissionais ferramentas e os recursos como forma de motivar e apoiar o desenvolvimento de todo o conjunto de compreendido como competências. Por mais métodos, padrões e controles utilizados no processo de desenvolvimento de competências é do sujeito a aprendizagem e é através dela que se manifestam as diferenças profissionais.

Na Inglaterra, Clausen (1990), apud Bohn, em pesquisa realizada no mercado de trabalho identificou três tipos de profissionais de informação para atuar na área:

- Bibliotecários que lidem com os serviços convencionais de organização;
- Especialistas em sistemas de informação que planejem sistemas para resolver os problemas de organização da informação;
- Pesquisadores e analistas da informação que tenham uma variedade de habilidades e conhecimentos para prover informação que responda às necessidades da organização.

Nos Estados Unidos, Detlefsen (1992) *apud* Bohn, analisando o mercado de trabalho com base nos anúncios publicados em periódicos e jornais no período de seis meses (1991), tais como: *The College & Research Libraries News*; *The New York Times*, *Science* e *Chronicle of Higher Education*. Incluindo também os anúncios colocados em várias listagens de bibliotecas de pesquisa e nos murais das Escolas de Biblioteconomia. Observou que a demanda por de profissionais de informação pode ser agrupada em três categorias:

- Especialistas de assunto com clara indicação de que embora exigido o título de Mestrado em Ciência da Informação (M.L.S) ou equivalente, o conhecimento de assunto é mais importante que o diploma ou certificado;
- Especialistas em tecnologia, que possam lidar com os aspetos relativos à automação de bibliotecas, recursos eletrônicos e gerenciamento de sistemas de informação. Dentro desta categoria, pode-se distinguir a demanda por bibliotecários para lidar com tarefas diárias relativas à manutenção do computador, programação e análise de sistema. Além disso, há uma demanda para especialistas que possam lidar tanto com as novas tecnologias da informação como com as responsabilidades de gerenciamento e planejamento estratégico;
- Especialistas em gerenciamento, para assumir posições de chefe, diretor, etc., não requerendo-se para esta posição as credenciais de bibliotecário.

Em pesquisa realizada no Brasil (Cunha, 1998) *apud* Bohn, a autora analisa a oferta de emprego, entre 1992-1995, baseando-se nas ofertas publicadas em jornais como a Folha de São Paulo e o Estado de São Paulo (São Paulo); Jornal do Brasil e

o Globo (Rio de Janeiro) e, nas entrevistas e questionários respondidos por um grupo de empregadores e de profissionais constata a demanda por profissionais que tenha competências na área de gestão de informação.

Bohn ainda cita os estudos de Nastri e Souza.

conduzido entre bibliotecários atuantes principalmente em bibliotecas universitárias no interior do Estado de São Paulo, verificou que no processo de seleção, o diploma é a variável mais importante. No entanto, os empregadores também exigem dos candidatos potenciais ao emprego, experiência, conhecimentos de informática, língua estrangeira, principalmente inglês e conhecimentos de administração, entre outros. (NASTRI E SOUZA 1996)

Com a criação de um Grupo de Interesses Específicos sobre Papéis, Carreiras e Desenvolvimento do Moderno Profissional da Informação (SIG FID/MIP) a Federação Internacional de Informação e Documentação (FID), realizou pesquisa envolvendo profissionais das áreas de biblioteconomia, arquivologia, museologia e administração, em âmbito mundial, para identificar o perfil do profissional da informação. O resultado dessa pesquisa revelou que o proclamado conjunto modificador da ordem mundial, principalmente, a variável tecnológica, exige a modificação do perfil desses profissionais, acrescido por elementos de gestão organizacional, identificação do trabalho, mudanças de posturas profissionais, influência mercadológica e competitividade.

Assim, os resultados das pesquisas apontam para a mudança no perfil do profissional brasileiro, demandada por habilidades tecnológicas, empresariais, produtividade e competitividade. Entretanto os profissionais da informação, no Brasil, especialmente na Bahia, estão ainda no início do século XX, sem habilidades e autonomia para decidir como atuar em sua própria área.

O perfil do bibliotecário não pode mais se manter distante das atuais necessidades sociais e mercadológicas. É preciso reforçar as pesquisas empíricas no Brasil e, em especial, na Bahia para verificar os verdadeiros fatores políticos, econômicos e históricos que têm exercido influência sobre o comportamento dos profissionais da informação, determinando a concepção de sua identidade e a definição de sua visibilidade social.

Essas pesquisas também ajudariam a entender que tipo de profissional o mercado de trabalho e a sociedade estão necessitando e se os bibliotecários e arquivistas pensam que sua formação é adequada para atender essas necessidades. Com estas pesquisas pode-se definir ainda o que está faltando e o que está sobrando

na formação desses profissionais que venha a melhorar seu status social, a melhorar o respeito da sociedade por eles, a melhorar sua remuneração, sua autoestima e seu desempenho.

6.2 USO DO *TWITTER* POR INSTITUIÇÕES BIBLIOTECÁRIAS

Existem várias instituições de bibliotecas que utilizam o *Twitter* como parte de suas estratégias de comunicação e interação com os usuários.

Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos (*@librarycongress*): A Biblioteca do Congresso é uma das maiores bibliotecas do mundo e utiliza o *Twitter* para compartilhar informações sobre seus acervos, eventos, pesquisas e programas. Eles também respondem a perguntas dos usuários e promovem iniciativas relacionadas à leitura e ao acesso à informação.

Biblioteca Britânica (*@britishlibrary*): A Biblioteca Britânica utiliza o *Twitter* para compartilhar conteúdo relacionado a seus tesouros bibliográficos, exposições, atividades educacionais e eventos. Eles também fornecem informações sobre serviços e recursos disponíveis para os usuários.

Biblioteca Pública de Nova York (*@nypf*): A Biblioteca Pública de *Nova York* é conhecida por sua presença ativa nas redes sociais, incluindo o *Twitter*. Eles compartilham informações sobre seus serviços, eventos, coleções e programas de alfabetização. Além disso, eles se envolvem com a comunidade, respondendo a perguntas e fornecendo recomendações de leitura.

Biblioteca Nacional da França (*@laBnF*): A Biblioteca Nacional da França usa o *Twitter* para promover suas coleções, exposições e eventos. Eles compartilham notícias relacionadas à biblioteconomia, cultura e literatura, além de fornecer informações sobre serviços e recursos disponíveis.

Biblioteca da Universidade de São Paulo (*@bibliotecausp*): A Biblioteca da Universidade de São Paulo utiliza o *Twitter* para informar os usuários sobre seus acervos, serviços, eventos e novidades. Eles compartilham recursos digitais, dicas de pesquisa e promovem a interação com a comunidade acadêmica.

Esses são apenas alguns exemplos de instituições de bibliotecas que utilizam o *Twitter* de forma eficaz. É importante notar que muitas outras bibliotecas ao redor do mundo também estão presentes na plataforma, oferecendo aos usuários a oportunidade de se conectar e se envolver com as bibliotecas de maneira rápida e acessível.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta análise sobre os diferentes usos do *Twitter* para a disseminação da informação, pudemos compreender a importância dessa plataforma no contexto da biblioteconomia e da sociedade contemporânea.

Em conclusão, a investigação dos atributos distintivos do *Twitter* como plataforma de comunicação, nos revela a impressionante extensão que exerce na disseminação da informação. Através de sua rapidez, o *Twitter* permite que informações sejam compartilhadas e atualizadas em questão de segundos, o que se torna eficaz em eventos de grande relevância, retratadas aqui com o exemplo das eleições presidenciais e movimentos sociais.

Na biblioteconomia, essa análise fornece o aperfeiçoamento dos serviços ofertados pelas bibliotecas e profissionais da informação. Com uma compreensão mais profunda do papel do *Twitter* na disseminação de informações, é possível utilizar a plataforma de forma estratégica para promover os recursos e eventos da biblioteca, envolver a comunidade de usuários e facilitar o acesso à informação.

No entanto, com a velocidade da informação constante, existe hoje a necessidade de compreender a existência de informações não verificadas e o potencial para o surgimento de discurso de ódio, sendo assim, o papel do bibliotecário em rede é fundamental, pois as bibliotecas e os usuários devem adotar uma postura crítica ao utilizar a plataforma, verificando a veracidade das informações e promovendo um ambiente seguro e inclusivo.

Em suma, o *Twitter* desempenha um papel relevante na evolução da comunicação e na atuação das instituições bibliotecárias. Ao explorar o potencial do *Twitter*, as bibliotecas estão se adaptando aos avanços tecnológicos e garantindo sua relevância na era digital.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA JR., O.F. de. Profissional da informação: entre o espírito e a produção. In: VALENTIM, Marta Lúcia Pomim et al (orgs.). **Profissionais da informação: formação, perfil e atuação profissional**. São Paulo: Polis, 2002. p.156

AMARAL, I. A.. **Análise de Redes Sociais**. 2012. Disponível em: Acesso em: 01 dez. 2022.

ANDERSON, K. E.. **Getting acquainted with social networks and apps: combating fake news on social media**. Library Hi Tech News, [S.l.], v. 35, n. 3, p.1-6, may 2018. Disponível em: <https://scholarship.libraries.rutgers.edu/esploro/outputs/acceptedManuscript/Getting-acquainted-with-social-networks-and/991031550143704646>. Acesso em: 20 mar. 2023.

ARRUDA, S. M. de; CHAGAS, J. **Glossário de biblioteconomia e ciências afins: português - inglês**. Florianópolis: Cidade Futura, 2002. 229p

BARBALHO, C. R. S. **Gestão baseada nas competências**. 2002. Disponível em: Acesso em 20 de nov. de 2022.

BARBERÁ, P.; RIVERO, G. **Understanding the political representativeness of twitter users**. Social Science Computer Review, v. 33, n. 6, p. 712–729, 2015.

BARRETO, A. Os destinos da Ciência da Informação: entre o cristal e a chama. DataGramaZero: **Revista de Ciência da Informação**, v.9, n.2, dez. 1999. Disponível em: <http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/397/318>. Acesso em: 21 nov. 2022.

BARROS, M. H. T. C. **Disseminação da informação: entre a teoria e a prática**. Marília: [s.n.], 2003.

BLATTMANN, U.; SILVA, F. C. da. **Colaboração e interação na Web 2.0 e Biblioteca 2.0**. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.12, n.2, p. 191-215, jul./dez., 2007. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/344/408> Acesso em: 15 dez. 2022.

BLOG DO TWITTER. **200 milhões de tweets por dia**. Disponível em: https://blog.twitter.com/pt_br/a/pt/2011/200-milhoes-de-tweets-por-dia. Acesso em: 24 dez. 2022.

COMM, J.; BURGE, K. **O Poder do Twitter: Estratégias para Dominar Seu Mercado e Atingir Seus Objetivos Com um Tweet Por Vez**. São Paulo: Gente, 2009. 296p

BOHN, M. del C. R. **O ensino da área de controle sobre a perspectiva da competência**: experiência no curso de biblioteconomia da UFSC. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/15182924.1999v4n8p16/5048> em: Acessado em: 28 nov.2022

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. 1. ed. São Paulo: Brasiliense,1982. 25 p.

CANEPARO, P. **Precisamos falar sobre o Qatar**. ORBI, 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3hGUYKH>. Acessado em: 18 jan. 2023.

CARVALHO, K. de. **Disseminação da informação e biblioteca: passado, presente e futuro**. In: CARVALHO, K.; SCHWARZELMULLER, A. F.. O ideal de disseminar. Salvador: EDUFBA, 2006.

CASTRO, C. A.; RIBEIRO, M. S. P. As contradições da sociedade da informação e a formação do bibliotecário. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 1, n. 2, p. 41-52, jan./jun. 2004.

CAMPELLO, B. S.; CAMPOS, C. M.. **Fontes de informação especializada: características e utilização**. 2 ed. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1993.

CHAVES, E. O. C. **O desafio da tecnologia na educação**. 2005. Disponível em: <https://smeduquedecaxias.rj.br/nead/Biblioteca/Formação%20Continuada/Tecnologia/chaves-tecnologia.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2023.

COOKE, N. A.. **Posttruth, Truthiness, and Alternative Facts: Information Behavior and Critical Information Consumption for a New Age**. The Library Quarterly, [s.l.], v. 87, n. 3, p.211, jul. 2017. University of Chicago Press. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1086/692298>. Acesso em: 02 abr. 2023.

COMM, Joel; Ken, BURGE. **O poder de Twitter**. 2009. p. 232.

DARODA, R. F. **As novas tecnologias e o espaço público da cidade contemporânea**. 2012.

DEMO, P. **Educação e conhecimento: relação necessária, insuficiente e controversa**. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

DIXON, N. M. **Common Knowledge: how companies thrive by sharing what they know**. **Harvard Business School Press**. Boston. 2000.

ESPN. Seleções voltam atrás após risco de punição e não usarão braçadeira em apoio à comunidade LGBTQIA+; Fifa se posiciona e antecipa 'plano'. **ESPN no Qatar**. Disponível em: <https://bit.ly/3v01PIA>Acessado em: 22 mar. 2023.

FERREIRA, T. E. L. R.; PERUCCHI, V. **Gestão e o fluxo da informação nas organizações: um ensaio a partir da percepção de autores contemporâneos**. **Revista ACB**, v. 16, p. 446-463, 2011. Disponível em: http://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/781/pdf_61. Acesso em: 21 dez. 2022

GOUVEIA, Fábio Castro. Almetria: métricas de produção científica para além das citações. **Liinc em revista**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, 2013. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3434>. Acesso em: 10 dez. 2022.

GONTIJO, S. **O livro de ouro da comunicação**. São Paulo: Ediouro, 2004. 463 p.

GRECCO, D.. Marconi X padre Landell. **Scientific American**. São Paulo: Duetto, 2006. **Especial História** no. 4. p. 77.

GREEF, A. C.; FREITAS, M. C. D. **Fluxo enxuto de informação: um novo conceito. Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 17, p. 37-55, 2012. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmgbr/index.php/pci/article/view/1246>. Acesso em: 25 nov. 2022.

KOIKE, D; BENTES, A. C. **Tweetstorms e processos de (des)legitimação social na administração Trump**. **Cadernos Cedes**, Campinas, v. 38, n. 105, p. 139-158, maio-ago. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccedes/a/tQV39FMbPvtf9JKQtCn8yPg/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 21 mai. 2023.

LARA, M. L. G. CONTI, V. L. **Disseminação da informação e usuários**. São Paulo em Perspectiva, v. 17, n. 3-4, p. 26-34, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/spp/v17n3-4/a04v1734.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2022.

LASSWELL, H. **A Estrutura e a Função da Comunicação na Sociedade**. 1948. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1061360/mod_resource/1/Lasswell_EstruturaComunicacao.pdf Acesso em: 22 mar. 2023.

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da informação**. Brasília: Briquet de Lemos, 1996. 119 p.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 3ª ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

LERMAN, K.; GHOSH, R. Information contagion: An empirical study of the spread of news on Digg and **Twitter social** networks. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON WEBLOGS AND SOCIAL MEDIA, 4., 2010, Washington. Proceedings...Washington: ICWSM, 2010.

LOR, P. J. **Democracy, information, and libraries in a time of post-truth discourse**. Library Management, [s.l.], v. 39, n. 5, p.307-321, 11 jun. 2018. Disponível em: https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/65140/Lor_Democracy_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 21 mar. 2018

MARCONDES, C. H.; MENDONÇA, M. A.; CARVALHO, S. M. **Revista Perspectivas em Ciência da Informação**. Belo Horizonte, v.11 n.2, p. 174 -186 mai./ago. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pci/v11n2/v11n2a03.pdf>> Acesso em: 10 dez. 2022.

MARTINS, W. **A palavra escrita**: história do livro, da imprensa e da biblioteca. 2. ed. São Paulo: Ática, 1996.

MATHEUS, R. F.; SILVA, A. B. de O. **Fundamentação básica para análise de redes sociais**: conceitos, metodologia e modelagem matemática. In: POBLACIÓN, Dinah et al. Redes sociais e colaborativas em informação científica. Angellara Editora: 2009, p. 219-262.

MILANO, M. C. D.; DAVOK, D. F. **Consultor de Informação**: serviços prestados por empresas de consultoria nas áreas de biblioteconomia e gestão da informação. Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v.14, n.1, p.253-278, jan./jun., 2009.

MIRANDA, A. L. C. A profissionalização da ciência da informação no marco da globalização: paradigmas e propostas. In: LUBISCO, Nídia & BRANDÃO, Lúcia M. B. **Informação & informática**. Salvador: EDUFBA, 2000. 307 p.

MORETZSOHN, S. D. “**Uma legião de imbecis**”: hiperinformação, alienação e o fetichismo da tecnologia libertária. Liinc em Revista, v.13, n.2, p. 294-306. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/4088>. Acesso em: 21 mar. 2023.

MOLLETT, A.; MORAN, D.; DUNLEAVY, P. **Using Twitter in university research, teaching and impact activities**. Londres: LSE Public Policy Group, 2011. Disponível em: http://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/files/2011/11/PublishedTwitter_Guide_Sept_2011.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2023.

MORIGI, V. J.; SOUTO, L. R. **Entre o passado e o presente: as visões de biblioteca no mundo contemporâneo**. Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v. 10, n. 2, p. 189-206, jan/dez., 2005. Disponível em: <https://revistaacb.emnuvens.com.br/racb/article/view/432/551>. Acesso em: 20 out. 2022.

ORTEGA, C. D. **Relações históricas entre Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação**. DataGramaZero: Revista de Ciência da Informação, 2004. Disponível em: http://www.dgzero.org/out04/Art_03.html. Acesso em: 23 set. 2022.

PINHEIRO, M. M. K.; BRITO, V. P. **Em busca do significado da desinformação**. DataGramaZero, v. 15, n. 6, p. A05, 2014. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/8068>. Acesso em: 24 mar. 2023.

PRIMO, A. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. E-Compós, 9, 2007. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/153>. Acesso em: 21 jan. 2023.

PONTES, E. M.; SANTOS, M. K. **O uso das redes sociais no âmbito das Bibliotecas Universitárias Federais Brasileiras**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24., Maceió, 2011. Anais... Disponível em: <http://www.febab.org.br/congressos/index.php/cbbd/xxiv/paper/view/370/403>. Acesso em: 28 out. 2022.

RECUERO, R. Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma.

Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos, [s.l.], v. 16, n. 2, maio/ago. 2014.

Disponível em:

<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6295/4750>. Acesso em: 13 nov. 2022.

RECUERO, R; ZAGO, G. Em busca das "redes que importam": redes sociais e capital social no Twitter. **Libero**, São Paulo, v. 12, n. 24, p. 81-94, dez. 2009.

Disponível em:

<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewFile/6787/6129>. Acesso em: 13 nov. 2022.

RECUERO, R. "RT, por favor": considerações sobre a difusão de informações no Twitter. **Revista Fronteiras: estudos midiáticos**, v. 12, n. 2, p. 1-16, maio/ago. 2010.

Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/4668>.

Acesso em: 12 nov. 2022.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. 1 ed. 191 p.

Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Raquel-](https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435_Redес_Sociais_na_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf)

[Recuero/publication/259328435_Redес_Sociais_na_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435_Redес_Sociais_na_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf). Acesso em: 13 fev. 2023.

REIS, M. M. de O. **Acesso e uso do Portal de Periódicos CAPES pelos professores da Universidade Federal do Acre**. Florianópolis, 2005. 102f.

Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/102394>. Acesso em: 22 mar. 2023.

Reis, M.C. **Bright**. Editora Skull, 2020. Disponível em:

<https://www.amazon.com.br/Bright-Maria-C-Reis/dp/6586022339>. Acesso em: 26 jun. 2023.

RIPOLL, L.; MATOS, J. C. U. M. **Zumbificação da informação**: a desinformação e o caos informacional. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, v. 13, 2017. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/918>. Acesso em: 21 mar. 2023.

ROCHLIN, N. **Fake news**: belief in post-truth. *Library Hi Tech*, [s.l.], v. 35, n. 3, p.386-392, 18 set. 2017. Disponível em:

<https://www.proquest.com/docview/2005066494>. Acesso em: 20 mar. 2023.

RUFINO, A. **Twitter**: os “novos” rumos da comunicação e da disseminação da informação em meio às redes sociais. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO, GESTÃO, E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 2010, João Pessoa. Anais... João Pessoa: UFPB, 2010. p. 1-14.

SALCEDO, D. A.; SILVA, J. R. P. E. A disseminação da informação: o papel do bibliotecário-mediador. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, v. 22, n. 1, p. 23-30, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/71504>. Acesso em: 20 dez. 2022.

SANTOS, N., & REIS, L. **Os caminhos das mobilizações on-line antirracismo no Brasil em 2020**. *MATRIZES*, 16(1), 235-256. 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/181707>. Acesso em: 25 jun. 2023.

SAVI, M. G. M.; SILVA, E. L. da. **O fluxo da informação na prática clínica dos médicos residentes: análise na perspectiva da medicina baseada em evidências**. *Ciência da Informação*, v. 38, n. 3, p. 177-191, 2009. ISSN 0100-1965. Disponível em: <http://www.brapci.ufpr.br/documento.php?dd0=0000008834&dd1=c6c8c>. Acesso em: 21 nov. 2022.

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

SILVEIRA, S. C. da. **A cultura da convergência e os fãs de Star Wars**: um estudo sobre o Conselho Jedi. Dissertação de Mestrado/UFRGS. 2010. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/25129/000752300.pdf?sequence=1>. Acesso em: 21 jun. 2023.

SMIT, J. & BARRETO, A. de A.. *Ciência da informação: base conceitual para a formação do profissional*. In: VALENTIM, Marta Lígia Pomim (org.). **Formação do profissional da informação**. São Paulo: Polis, 200. 152 p.

SUGARS, S. Last Trump tweet against media. **U.S. Press Freedom Tracker**. Freedom of the Press Foundation, 2021. Disponível em: <https://pressfreedomtracker.us/blog/last-trump-tweet-against-media/>

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação. **Encontros Bibli**. Florianópolis, n. esp., 1º sem. 2006. Disponível em:

<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2006v11nesp1p75>. Acesso em: 15 dez. 2022.

WASSERMAN, S.; FAUST, K.. **Social network analysis**: methods and applications. New York: Cambridge University Press, 1994.