

## Proposta de uso do Twitter como ferramenta de informação e conhecimento na Universidade de Pernambuco

Larissa Catão Tenório Falcão<sup>1</sup>, Clóvis Gomes da Silva Junior<sup>1</sup>, Fábio Tavares Arruda<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Faculdade de Ciências, Educação e Tecnologia de Garanhuns – Universidade de Pernambuco (UPE) – Garanhuns, PE – Brasil

larinha\_13@hotmail.com, gomesclv@ig.com.br,  
fabio\_t\_arruda@hotmail.com

**Abstract.** *This article proposes the use of a social network, Twitter, as a tool to disseminate information at the University of Pernambuco - Campi Garanhuns, Caruaru, Salgueiro and Arcoverde. Aims to use the potential of social networking to bring the University of the local society, and disseminate actions, projects, events, courses, news and announcements. We can see the need and importance of integrating social networks in universities, since universities are centers of production technology and innovation.*

**Resumo.** *Este artigo propõe o uso de uma rede social, o Twitter, como ferramenta para difundir informações na Universidade de Pernambuco – Campi Garanhuns, Caruaru, Salgueiro e Arcoverde. Tem como objetivo usar o potencial dessa rede social para aproximar a Universidade da sociedade local, além de divulgar ações, projetos, eventos, cursos, editais e notícias. Percebe-se a necessidade e importância da inserção das Universidades nas redes sociais, visto que as Universidades são centros de produção de tecnologia e inovação.*

### 1. Introdução

Nos últimos anos, presenciamos um crescimento espantoso das tecnologias de informação e comunicação (TICs). Essas tecnologias tornaram-se populares e passaram a fazer parte cada vez mais do cotidiano de milhares de pessoas em todo o mundo. Passaram, assim, a fazer parte de um conjunto de práticas sociais que permeia o século XXI, construindo sentidos e modificando comportamentos.

Pontos marcantes da participação dessas tecnologias no dia-a-dia das pessoas é o fato de a Internet tornar-se a principal causa da popularização das TICs e a participação em escala global proporcionada por ela. Nesse contexto surgem as chamadas “redes sociais”, segundo Laudon (2007, p.279) uma rede social é uma comunidade on-line composta por pessoas ou organizações, interligadas por meio de suas conexões pessoais ou profissionais mútuas, que partilham valores e objetivos comuns.

Percebe-se que as redes sociais virtuais são canais de grande fluxo na circulação de informação, vínculos, valores e discursos sociais, que vem ampliando, delimitando e mesclando territórios. Nesta perspectiva pode-se afirmar que “as pessoas precisam atualizar seus conhecimentos e competências periodicamente, para que possam manter qualidade em seu desempenho profissional” [Kenski, 2007, p. 47].

Um elemento que é característico das redes sociais na Internet é a sua capacidade de difundir informações de forma mais rápida e interativa. Muitas dessas informações são difundidas de forma quase epidêmica, alcançando grandes proporções tanto on-line quanto off-line [Recuero, 2009, p.116]. Barabási (2003) apud Recuero (2009) credita a difusão epidêmica de informações observadas na Web como consequência da existência de conectores, ou seja, indivíduos extremamente bem conectados em uma ou várias redes sociais.

Diante de conjuntos incontáveis de informação facilmente encontrados em nossa sociedade conectada, um dos maiores desafios da mesma na Era da Informação é conseguir transformar a informação em conhecimento e compartilhá-lo. Como afirma Tomaél (2005) a interação constante proporciona mudanças estruturais e quando nessas interações a troca é a informação, a mudança estrutural que pode ser percebida é a do conhecimento, quanto mais informação trocamos com os atores da nossa rede, maior será nossa bagagem de conhecimento, maior será nosso estoque de informação, e é nesse contexto de significados que pode-se inserir as redes sociais.

Neste trabalho propõe-se o uso de uma rede social, o Twitter, para difundir informação e auxiliar na construção de conhecimento na Universidade de Pernambuco, como também no contexto da sociedade local, cidade e estado. Compartilhando eventos, cursos e principalmente artigos científicos, trabalhos publicados e/ou apresentados em Congressos de autoria de alunos e professores da referida Instituição de Ensino.

## **2. Redes Sociais na Educação**

Percebe-se que a prática de ensino está sofrendo modificações, o docente deixa de ser o transmissor absoluto e passa a exercer o papel de facilitador do ensino. Essa mudança traz uma necessidade de modificação do método de ensino. As redes sociais vêm contribuindo para isso, cada vez mais, elas estão sendo utilizadas por docentes na sua prática pedagógica. Isso acontece porque elas fornecem subsídios que proporcionam o estudo em grupo, a troca de conhecimento, a criação de comunidades virtuais e fórum de discussão, viabilizando assim o debate e compartilhamento de informações.

As Redes Sociais como o Orkut e Twitter ainda não são vistas por muitos docentes como uma opção para sua prática de ensino, pois, mesmo possuindo estrutura compatível para serem utilizadas na educação, os docentes ficam com receio de seus discentes desviarem do foco desejado. Na utilização consciente do Twitter podem-se encontrar notícias em tempo real, pessoas como escritores, professores, entre outros, disponibilizando diversos materiais úteis como artigos, pesquisas científicas, cursos online e entre outros. Tornando-se assim uma fonte de informação que pode ajudar na construção do conhecimento.

### **2.1 Redes Sociais na Universidade**

Segundo Lafloufa (2009), Universidades americanas utilizam o Facebook como plataforma centralizadora de informação. A universidade John Hopkins utiliza o potencial das redes sociais para integração entre os mais recentes alunos, no período entre a admissão e a entrada no campus. Elas estão sendo usadas como ferramenta de comunicação com seus alunos e professores, divulgações de material didático ou como uma vitrine para atrair novos alunos.

Entretanto, outras instituições vão além; algumas criam perfis específicos para cada curso, pensando no direcionamento de conteúdo e interesse. Outras criam redes sociais próprias, voltadas para a integração da faculdade como um todo, alunos, ex-alunos e ingressantes [Dias, 2011].

Herreros (2010) mostra alguns exemplos de como as universidades do mundo estão incorporando as redes sociais: Universidade da Flórida conscientiza a população através do Twitter; A Universidade de Michigan criou uma rede para que os alunos se pudessem se conectar uns aos outros; A Universidade de Stanford tem mais de 40 subpáginas dos diferentes serviços universitários; Além disso, as mais famosas Universidades do mundo publicam vídeos em tempo real e imagens históricas.

Nesse contexto percebe-se a necessidade e importância da inserção das Universidades nas redes sociais, visto que as Universidades são centros de produção de tecnologia e inovação.

### **3. A difusão de informação no Twitter**

O Twitter foi fundado há cinco anos nos Estados Unidos, possui uma técnica inovadora chamada de *microblogging*, e começou lentamente a atrair não só jornalistas, mas também o público em geral, que procura estar mais próximo da informação, informação esta que é transmitida em tempo real através dos “tweets”.

No Twitter os usuários são convidados a responder à pergunta “What’s happening?”, em português “O que está acontecendo?”, em até 140 caracteres a cada atualização. Embora uma parte das atualizações responda a essa pergunta, novas práticas foram surgindo longo do tempo [Mischaud, 2007 apud Recuero, 2010]. Uma delas é o compartilhamento e difusão de informações, isso compreende práticas de repasse de informações consideradas relevantes entre os atores das várias redes sociais no Twitter, a difusão de informações obtidas em outros meios [Recuero, 2010].

Outra característica dessa rede social é que os usuários podem se apropriar das informações (retweets) que lhe interessarem e também responde-las (reply). Além disso, ele permite que os perfis públicos possam ser acompanhados por usuários não cadastrados no sistema da rede social. São constantes as publicações de links e republicação de postagens, os “retweets”, essas duas práticas contribuem de forma fundamental para uma difusão de informação eficiente. Existe também o recurso de “hashtags” que consiste em organizar as publicações que fazem referência àquela palavra-chave.

Neste contexto de proporcionar interação entre integrantes participantes dessa modalidade de rede social, nos propomos a contribuir com a interação entre os integrantes de uma unidade de Ensino Superior Multicampi que é a Universidade de Pernambuco – Campi Caruaru, Garanhuns e Salgueiro, que abrangem 12 cursos de formação superior e uma clientela do Agreste e do Sertão de Pernambuco em aproximadamente 38 cidades, entre elas as três cidades pólos. Isto com bases em toda a fundamentação teórica que abordamos anteriormente.

### **4. Considerações Finais**

A criação do perfil da UPE Garanhuns no Twitter ([http://www.twitter.com/upe\\_garanhuns](http://www.twitter.com/upe_garanhuns)) permitiu tornar o relacionamento da

Universidade de Pernambuco - Campus Garanhuns com os alunos mais próximo e na forma de diálogo. Com ele, juntamente com o blog (<http://www.uegaranhuns.wordpress.com>), foi possível divulgar as ações do Campus para a comunidade local e para todos os que estão ligados a ele direta e indiretamente, visando atingir cada vez mais pessoas.

Atualmente neste início de trabalho tivemos a inclusão de 585 seguidores, que abordaram temas tais como as inscrições para o vestibular tradicional e para o sistema seriado de avaliação (SSA); o início das aulas do curso de Medicina; o PREVUPE (Pré-Vestibular da UPE); o 1º Mestrado do campus Garanhuns; Eventos dos cursos de Letras e História (Garanhuns); Além de eventos externos como I Fórum de TIC de Garanhuns.

Ao longo do semestre letivo que passou e o início do segundo semestre de 2011, o tom dos discursos da UPE campus Garanhuns nas redes sociais se desdobra em relacionamento, divulgação de atividades institucionais, eventos, cursos e serviço ao aluno (genericamente e suas respectivas áreas). É importante destacar a importância de estimular a participação dos alunos e professores da instituição que não possuem perfis na rede social usada e mostrar a importância delas. Além de estimular professores e alunos a criar conteúdos exclusivos para serem compartilhados.

## 5. Referências

- DIAS, Amanda. Redes sociais atingem Universidades. Disponível em <http://www.coworkers.com.br/redes-sociais-atingem-universidades/>. Acesso em 10 de Agosto de 2011. Online.
- HERREROS, Pablo. Ejemplos de social media en universidades. Comunicación se llama El juego. Madrid, 27 de Abril de 2010. Disponível em <<http://comunicacionsellamaeljuego.com/ejemplos-de-social-media-en-universidades/>>. Acesso em 11 de Fevereiro de 2011. Online.
- KENSKI, Vani Moreira. Educação e Tecnologias: Novo Ritmo da Informação. Campinas: PAPIRUS, 2007. 144p.
- LAFLOUFA, Jacqueline. Universidades americanas têm usado redes sociais para integrar calouros. 05 de Dezembro de 2009. Disponível em <<http://www.geek.com.br/posts/11022-universidades-americanas-tem-usado-redes-sociais-para-integrar-calouros>>. Acesso em 11 de Fevereiro de 2011. Online.
- LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. Sistemas de Informação Gerenciais. 7 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 451p.
- RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191p.
- RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. “RT, por favor”: considerações sobre a difusão de informações no Twitter. Revista Fronteiras – estudos midiáticos, v.12, n.2, 69-81, maio/agosto, 2010.
- TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; CHIARA, Ivone Guerreiro Di. Das Redes Sociais à Inovação. Brasília, maio/agosto de 2005. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf>>. Acesso em 15 de Outubro de 2011. Online.