

## LICENÇA

Copyright (c) 2021 Andrielle Gomes Macedo, Greyciane Souza Lins



Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution 4.0 International License.

### Notas de direitos autorais

Autores que publicam nesta revista concordam com os seguintes termos: Autores mantêm os direitos autorais e concedem à revista o direito de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Creative Commons Attribution License 4.0, permitindo o compartilhamento do trabalho com reconhecimento da autoria do trabalho e publicação inicial nesta revista. Autores têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não-exclusiva da versão do trabalho publicada nesta revista (ex.: distribuir em repositório institucional ou publicar como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial nesta revista. Autores têm permissão e são estimulados a distribuir seu trabalho online (ex.: em repositórios institucionais ou na sua página pessoal) a qualquer ponto antes ou durante o processo editorial, já que isso pode gerar alterações produtivas, bem como aumentar o impacto e a citação do trabalho publicado. Fonte: <https://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/8429>. Acesso em: 3 fev. 2022.

### Referência

MACEDO, Andrielle Gomes; LINS, Greyciane Souza. Critérios de utilização do Facebook como instrumento de interação social: estudo comparativo em bibliotecas universitárias nacionais e internacionais. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, Brasília, v. 11, n. 1, p. 58-82, 2018. DOI: 10.26512/rici.v11.n1.2018.8429. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/8429>. Acesso em: 3 fev. 2022.

## Critérios de utilização do Facebook como instrumento de interação social: estudo comparativo em bibliotecas universitárias nacionais e internacionais

**Andrielle Gomes Macedo**

Bibliotecária consultora

[andriellegomesmacedo@gmail.com](mailto:andriellegomesmacedo@gmail.com)

**Greyciane Souza Lins**

Universidade de Brasília, Faculdade de Ciência da Informação, Brasília, DF, Brasil

[greycilins@gmail.com](mailto:greycilins@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.26512/rici.v11.n1.2018.8429>

Recebido/Recibido/Received: 2017-09-04

Aceitado/Aceptado/Accepted: 2017-09-30

**Resumo:** A pesquisa tem por objetivo o estudo da implantação e das perspectivas de uso das mídias sociais por bibliotecas universitárias do Brasil, Estados Unidos e Inglaterra. Visa analisar os desafios e possibilidades na utilização dessas tecnologias para a realização das atividades nas bibliotecas, comparando as práticas de interação social com os usuários. Os procedimentos metodológicos se caracterizam pela análise e descrição dos perfis de nove bibliotecas na rede social *Facebook*, sendo três delas situadas nos Estados Unidos da América, três no Brasil e três na Inglaterra. Trata-se de um estudo de natureza descritiva com amostras não probabilísticas e por conveniência, com o uso dos métodos comparativo e indutivo por pesquisa de campo e a coleta de dados quanti-qualitativa por observação. Os resultados foram obtidos através de análise descritiva a partir de buscas aplicadas nas mídias sociais, identificando por meio de critérios estabelecidos, as informações e os conteúdos disponibilizados nessas plataformas. Conclui que a implantação dessas ferramentas em bibliotecas universitárias traz benefícios para suas atividades, mas requer planejamento e monitoramento constantes em prol da melhoria eficiente e eficaz na prestação de produtos e serviços, bem como no atendimento aos usuários mediante as possibilidades de comunicação e interação oferecidas por essas plataformas.

**Palavras chave:** Bibliotecas Universitárias; Estudo de Usuários; Interação Social; Mídias sociais.

### **Analysis of the use of social networks by university libraries**

**Abstract:** The aim of the research is to study the implantation and perspectives of the use of social networks by university libraries in Brazil, the United States and England. It aims to analyze the challenges and possibilities in the use of these technologies to carry out the activities in the libraries, comparing the practices of social interaction with the users. The methodological procedures are characterized by the analysis and description of the profiles of nine libraries in the social network Facebook, three of them located in the United States of America, three in Brazil and three in England. It is a descriptive study with non-probabilistic and convenience samples, using the comparative and inductive methods by field research and the quantitative-qualitative data collection by observation. The results were obtained through a descriptive analysis based on searches applied in social networks, identifying, through established criteria, the information and content made available on these platforms. It concludes that the implantation of these tools in university libraries brings benefits to its activities, but it requires constant planning and monitoring to efficiently and effectively improve the provision of products and services, as well as the service to the users through the possibilities of communication and interaction offered by these platforms.

**Keywords:** Social interaction; Social Networks; University Libraries; Users Studies.

## **Análisis de uso de las redes sociales por bibliotecas universitarias**

**Resumen:** La investigación tiene como objetivo el estudio de la implantación y de las perspectivas de uso de las redes sociales por bibliotecas universitarias de Brasil, Estados Unidos e Inglaterra. Se pretende analizar los desafíos y posibilidades en la utilización de esas tecnologías para la realización de las actividades en las bibliotecas, comparando las prácticas de interacción social con los usuarios. Los procedimientos metodológicos se caracterizan por el análisis y descripción de los perfiles de nueve bibliotecas en la red social Facebook, siendo tres de ellas situadas en los Estados Unidos de América, tres en Brasil y tres en Inglaterra. Se trata de un estudio de naturaleza descriptiva con muestras no probabilísticas y por conveniencia, con el uso de los métodos comparativo e inductivo por investigación de campo y la recolección de datos cuantitativa por observación. Los resultados se obtuvieron mediante análisis descriptivos a partir de búsquedas aplicadas en las redes sociales, identificando por medio de criterios establecidos, las informaciones y los contenidos disponibles en esas plataformas. Concluye que la implantación de estas herramientas en bibliotecas universitarias trae beneficios para sus actividades, pero requiere planificación y monitoreo constantes en favor de la mejora eficiente y eficaz en la prestación de productos y servicios, así como en la atención a los usuarios mediante las posibilidades de comunicación e interacción ofrecidas por estas plataformas.

**Palabras clave:** Bibliotecas Universitarias; Estudio de Usuarios; Interacción Social; Redes sociales.

### **1 Introdução**

Tradicionalmente, as bibliotecas possuem a missão de conservar, proteger, organizar e disseminar a história e conhecimento da humanidade para as futuras gerações, e atualmente com os recursos digitais, novos paradigmas são trazidos para a realidade das bibliotecas em prol de que seja mantido os seus serviços tradicionais, mas que se adaptem às tecnologias de informação e comunicação. Tornou-se imprescindível uma reformulação ou reavaliação da existência dos serviços prestados de forma a garantir o compartilhamento ágil de recursos, tratamento de guarda, organização e acesso à informação registrada, demonstrando a necessidade de transformação das bibliotecas na rede Internet. Nesta cultura digital, os usuários mais atuantes e adeptos a Internet são os pertencentes à geração nascida entre os anos 1980 e 1990, denominados de Geração Y, por seu comportamento dinâmico nas redes e principalmente nas mídias sociais. Estes são os atuais estudantes do ensino superior e usuários potenciais das bibliotecas universitárias. A Geração Y utiliza uma variedade de dispositivos tecnológicos e mídias sociais (RS) para intercambiar informação e comunicação, desencadeando a necessidade de novos recursos, atitudes e comportamentos para suprir os desafios de atualização nas bibliotecas universitárias (BU) (AGUIAR; SILVA, 2014).

Com a recente e numerosa demanda por serviços virtuais, os bibliotecários buscam fortalecer tanto sua atuação e prestação dos serviços da biblioteca, quanto à aproximação e comunicação com os usuários. Com relação a essa questão, Valentim (2000) afirma que a

atuação dos bibliotecários é afetada de maneira significativa pelo avanço tecnológico, o que acaba por modificar o formato, suporte, processamento e disseminação da informação, alterando a forma de mediação entre o bibliotecário e usuários. O presente artigo demonstra os resultados da análise do uso das mídias sociais em bibliotecas universitárias, e compara as práticas de interação social entre as bibliotecas e os usuários.

## 2 Internet no mercado de informação

A *Pesquisa Brasileira de Mídia* (PBM) de 2016 apontou a internet como o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros, 26% atrás da televisão com 63%. Os dados são referentes a entrevistas com 15.050 mil usuários e apontam que metade dos entrevistados fazem uso da internet todos os dias, como apresenta-se no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Frequência de uso da internet por dia da semana no Brasil

<b>Base: Amostra (15050)</b>	
1 dia por semana ou menos	2%
2 dias por semana	3%
3 dias por semana	3%
4 dias por semana	2%
5 dias por semana	2%
6 dias por semana	1%
7 dias por semana/ Todos os dias	50%
Nunca/ Não assiste/ ouve/ lê/ navega	37%
NS/NR	0%

Fonte: PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA (2016, p. 16)  
NS/NR – Não Sabe/Não Respondeu.

O estudo revelou ainda os dispositivos que os usuários utilizaram com maior frequência para acessar à internet, como exposto no Gráfico 2, apontando que é comum usar mais de um e que há preferência por aqueles que garantem mobilidade, como o telefone celular (usado por 91%), seguido do computador (usado por 65%).

Gráfico 2 - Plataformas de uso da internet



Fonte: PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA (2016, p. 64).

Nota: A soma dos percentuais excede 100%, pois foi permitida mais de uma resposta por entrevistado.

A PBM apresentou, ainda, os locais utilizados pelos usuários para acessar a internet, diagnosticando a tendência crescente de acessar a internet majoritariamente em casa com 93%, seguido pelo local de trabalho com 33%. Houve um índice de 20% dos entrevistados que afirmam não utilizar a internet em nenhum outro local além destes e diversos outros que afirmaram acessar a internet de outros locais, como apresentado no Gráfico 3.

Gráfico 3 - Locais utilizados para acessar a internet

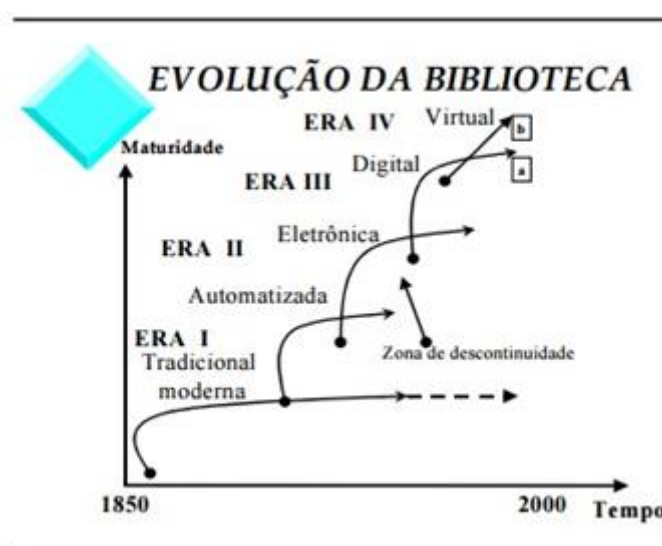
Base: para quem costuma usar a internet (9307)	
Em casa	93%
No trabalho	33%
Na rua	16%
Na casa de parentes	11%
Na casa de amigos	10%
Na escola/ universidade	6%
Em lanhouses	3%
No carro/ no transporte público (ônibus, metrô)	2%
Em Cafés/ Barzinhos/ Restaurantes	2%
Em telecentros	0%
Outros	4%
NS/ NR	0%

Fonte: PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA (2016, P. 26).

Nota: A soma dos percentuais excede 100%, pois foi permitida mais de uma resposta por entrevistado.

No entanto, apesar do progresso quanto ao uso e acesso à internet em anos recentes, a evolução das tecnologias de informação a partir dos computadores, telecomunicações e redes é mais antigo do que se imagina. Cunha (2000) afirma que apesar do surgimento das bibliotecas digitais, somente na década de 1990, as bibliotecas acompanharam as inovações tecnológicas, como é apresentado na Figura 1, modificando as atividades acadêmicas e processos administrativos das bibliotecas de ensino superior gradativamente com o passar dos anos.

Figura 1 - Evolução tecnológica das bibliotecas



Fonte: Cunha (2000, p. 75).

As tecnologias de informação também provocaram mudanças na forma de mediar a informação entre o bibliotecário e a sociedade usuária, fazendo com que o profissional busque antever e se preparar para as possíveis mudanças ocorrentes nos canais de distribuição da informação. De acordo com Valentim (2000, p. 20) “a partir desta percepção, modifica-se a forma e o meio de mediar, adequando-se e desenvolvendo modelos eficazes para atender às novas realidades”.

Desse modo, o bibliotecário deve estar atento à forma como a tecnologia da informação afeta sua atuação profissional. As atividades das bibliotecas sofreram alterações consideráveis ao longo do tempo, no que diz respeito ao: acesso do acervo; o suporte utilizado para os documentos; à linguagem documentária empregada; o foco de seus processos administrativos; o espaço físico destinado ao atendimento e pesquisa dos usuários;

o modo de acesso aos serviços e produtos e os valores gastos com os materiais, como mostra o Quadro 1.

Quadro 1 - Evolução tecnológica nas atividades das bibliotecas

<b>BIBLIOTECA</b>		
<b>PASSADO</b>	<b>PRESENTE</b>	<b>FUTURO</b>
Acesso local ao acervo (Instituição) através de catálogos	Acesso local ao acervo através de catálogos e bases de dados próprias em formatos eletrônicos (Intranet e Internet) e ópticos (CD-ROM)	Acesso ao acervo através de sistemas eletrônicos/digitais próprios (Intranet) e externos (Internet)
Suporte físico voltado para o papel	Suportes físicos diversos, bem como eletrônicos e digitais	Suportes físicos diversos, bem como eletrônicos e digitais
Conteúdos integrais em suporte papel e multimeios	Conteúdos integrais em suporte papel, multimeios, referências integrais em suportes eletrônicos e digitais	Conteúdos integrais em suportes eletrônicos e digitais
Linguagem codificada através de códigos de classificação	Linguagem documentária através de tesouros e terminologias	Linguagem natural através de sistemas especialistas e inteligência artificial
Administração centrada no processamento técnico	Administração centrada no planejamento e usuário	Administração centrada em produtos e serviços para o cliente
Grande espaço para consultas/pesquisa por parte do usuário	Espaço planejado entre a administração, o atendimento e o usuário	Espaço quase inexistente, acesso e pesquisa elaborada pelo cliente remotamente
Serviços e produtos gratuitos	Serviços e produtos gratuitos e pagos, dependendo do tipo	Serviços e produtos pagos
Altos gastos com aquisição de material informacional	Gastos com aquisição de material de forma planejada e dirigida	Gastos dirigidos repassados ao cliente

Fonte: Valentim (2000, p. 26).

Burkhardt (2010) destaca que as mídias sociais também podem atuar como canal para comercializar novos produtos ou iniciativas da biblioteca. Além do marketing, o relacionamento com seus usuários por meio do diálogo em rede é útil para obter *insights* sobre seus desejos e necessidades para melhor atendê-los. Com efeito, Aguiar e Silva (2014) apontam que as mídias sociais podem caracterizar a biblioteca do século XXI como “biblioteca 2.0” por disponibilizarem seus serviços e produtos tanto em ambientes físicos, quanto digitais. Assim, as tecnologias passam a ser utilizadas como base para a mediação de interação e comunicação com os usuários, tornando-os o foco principal de seus processos. Apesar dos benefícios que os usos de mídias sociais podem trazer para as BU, a viabilidade de sua

instalação deve ser analisada de acordo com sua missão e subordinação à universidade a qual pertence, por não serem, essencialmente organizações autônomas e estarem subordinadas às Instituições. Assim, as BU precisam buscar a estabilidade entre a adaptação do novo e a manutenção de seus serviços tradicionais para não se submeterem às rupturas extremas.

### **3 Análise de uso do *Facebook* por bibliotecas universitárias**

A análise de uso da mídia social *Facebook* abrangeu perfis de nove bibliotecas universitárias, sendo elas: a biblioteca da Universidade Estadual do Kansas e das Universidades de Yale e de Washington situadas nos Estados Unidos; bem como o Sistema de Bibliotecas da Universidade de São Paulo e as bibliotecas das Universidades Federais de Santa Catarina e de Brasília situadas no Brasil; e as bibliotecas das Universidades públicas de Oxford; Durham e Cambridge situadas na Inglaterra. Trata-se de um estudo de natureza descritiva com amostras não probabilísticas e por conveniência, com o uso dos métodos comparativo e indutivo por pesquisa de campo e a coleta de dados quanti-qualitativa por observação.

O processo de coleta dos dados se deu, exclusivamente, via internet, a partir de listagem dos perfis de mídias sociais das bibliotecas universitárias selecionadas, onde após a identificação e acesso aos perfis, foi realizado um levantamento por meio de mecanismos de busca presentes nas próprias redes, com a utilização de palavras-chave em português e inglês para obtenção dos dados. Os resultados são interpretados e apresentados por meio da análise descritiva a partir de cinco critérios pré-estabelecidos, considerados aspectos cruciais para o sucesso de uma biblioteca em mídias sociais, de modo a interpretar as interações entre os atores na rede, com vista a melhorar a comunicação com os usuários e patrocinar seus serviços e produtos na internet, a saber:

- **Informativos:** apresentar descrição e informações de contato e funcionamento;
- **Coleção:** apresentar informações, conteúdos e curiosidades sobre o acervo;
- **Personalização:** customizar os perfis com imagens, vídeos e layouts criativos;
- **Atualização:** publicar diariamente conteúdos de interesse acadêmico e social, divulgando os produtos e serviços;
- **Interação:** monitorar as publicações dos usuários nos perfis das bibliotecas, avaliando a comunicação entre estes.

#### **3.1 Informativos**

Foi realizado um levantamento das informações gerais disponibilizadas no perfil de cada biblioteca no *Facebook*, a começar pelo número de usuários alcançados na mídia social. Os dados foram contabilizados a partir de informações apresentadas nas páginas iniciais de



cada biblioteca. Com isso, é apresentada no Quadro 2 a quantidade de pessoas que curtem e seguem os perfis e o número de visitantes que registraram suas idas às bibliotecas na rede e as avaliações dos usuários em cada uma delas.

Quadro 2 - Alcance de usuários na rede social *Facebook* por biblioteca bibliotecas

Bibliotecas	Curtidas	Seguidores	Visitantes	Avaliações (1 a 5 ★)
Universidade Estadual do Kansas	1.697	1.670	84	5,0 ★
Universidade de Yale	14.634	14.337	630	4,8 ★
Universidade de Washington	3.873	3.697	692	5,0 ★
Universidade de São Paulo	5.258	5.189	NI	NI
Universidade Federal de Santa Catarina	5.873	5.815	8.236	4,4 ★
Universidade de Brasília	12.171	12.110	NI	NI
Universidade de Oxford	29.415	29.363	24.547	4,8 ★
Universidade de Durham	4.164	4.020	3.369	4,5 ★

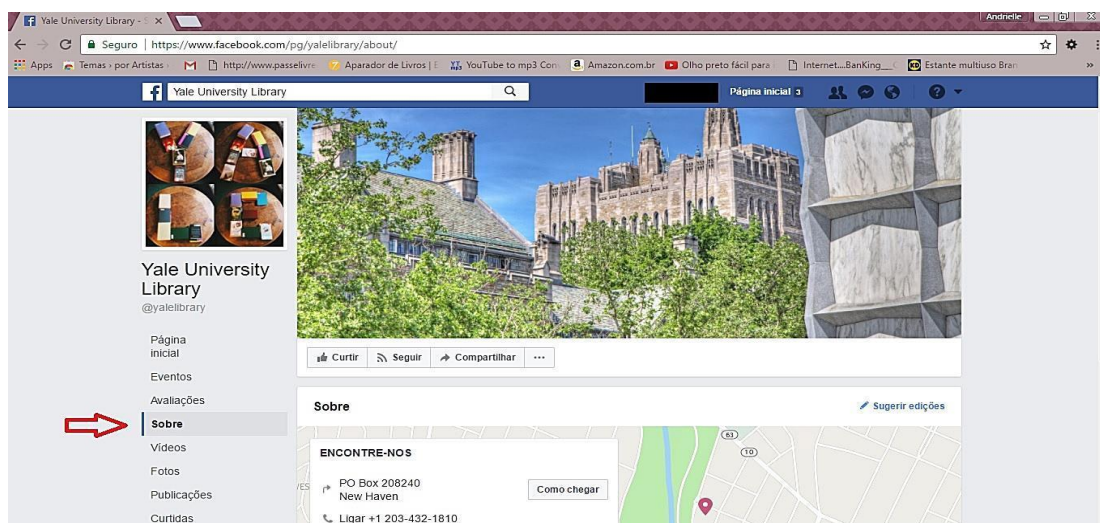
Fonte: As autoras.

NI - Não Informado.

Nota: As avaliações dispostas no *Facebook*, refletem somente a quantidade de usuários que realizaram a avaliação nos perfis das bibliotecas, onde em grande maioria, se trata de números inferiores a dez participantes.

Ademais, a análise deste critério foi realizada a partir das informações apresentadas nos perfis de cada biblioteca pesquisada, por meio da aba “sobre” disposta no *Facebook*, como é demonstrado na Figura 2.

Figura 2 - Aba “sobre” na rede social *Facebook* da biblioteca de Yale



Fonte: As autoras, baseado no *Facebook*.

Constatou-se que as bibliotecas utilizam a aba de formas singulares, não atendendo eficientemente sua finalidade, refletindo o mesmo cenário de incompletude na prestação das informações institucionais passíveis de ordenamento na mídia social, de modo a conflitar as informações e/ou apresentá-las parcialmente, como é sintetizado no Quadro 3.

Quadro 3 - Síntese dos resultados sobre informativos por biblioteca

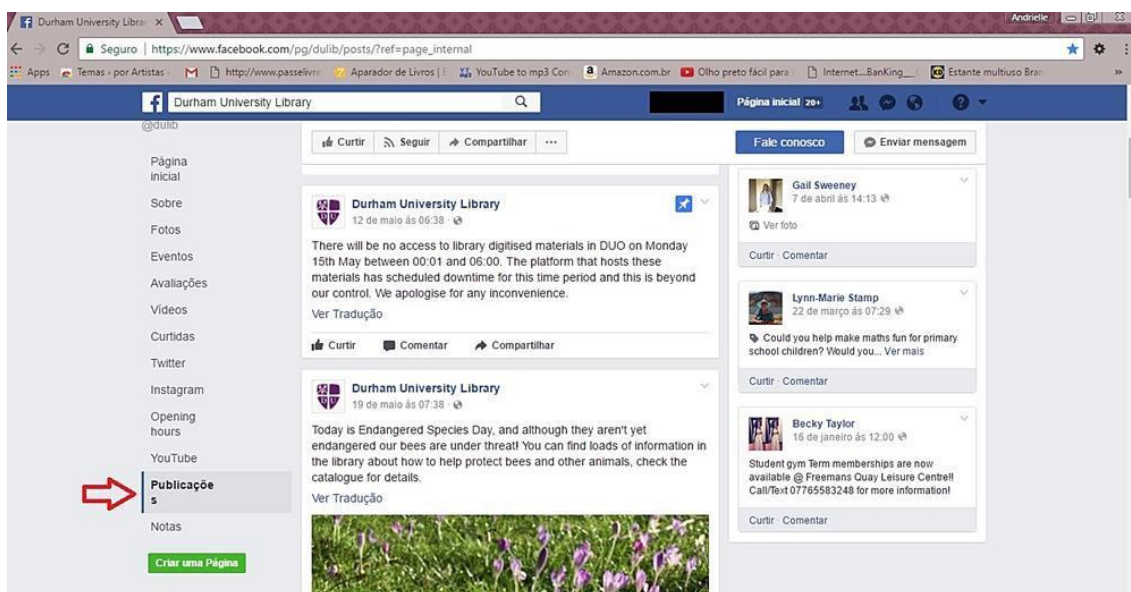
Informativos da aba “sobre” no Facebook	Bibliotecas								
	Universidade do Kansas	Universidade de Yale	Universidade de Washington	Universidade de São Paulo	Universidade de Brasília	Universidade de Santa Catarina	Universidade de Oxford	Universidade de Durham	Universidade de Cambridge
Contato	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mídias sociais	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗
Funcionamento	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓
Fundação	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Descrição	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
História	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗
Atividades	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✗

Fonte: As autoras.

### 3.2 Coleção

A análise deste critério se deu através das postagens realizadas pelas bibliotecas nos meses de abril e maio de 2017, e a avaliação foi executada a partir das informações apresentadas na aba “publicações”, sintetizada pela Figura 3.

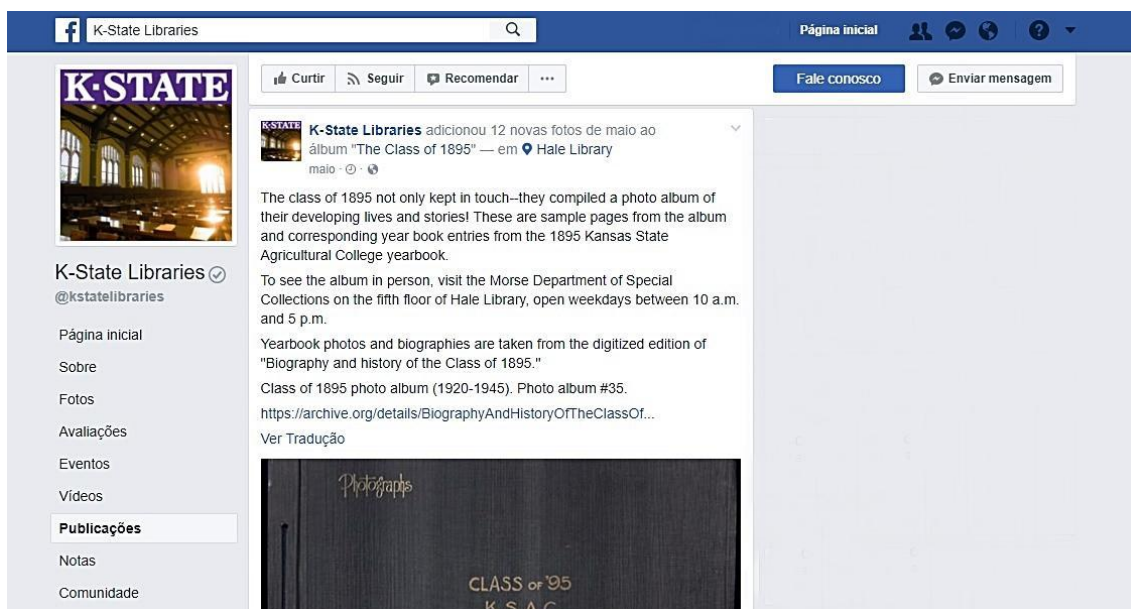
Figura 3 - Aba “publicações” na mídia social Facebook da biblioteca de Durham



Fontes: As autoras, baseado no Facebook.

As bibliotecas americanas destacaram em seus perfis, conteúdos referentes a itens de suas coleções especiais, principalmente aqueles que referenciam a história acadêmica das universidades e de seus ex-alunos, como exemplificado na Figura 4.

Figura 4 - Publicações sobre coleções no Facebook da biblioteca da Universidade do Kansas



Fonte: As autoras, baseado no Facebook.

Já as bibliotecas brasileiras, voltam suas publicações sobre as coleções presentes em seus acervos, principalmente para os registros de itens eletrônicos, como o acesso e *downloads* em portais de periódicos e indicações de materiais, como exemplificado na Figura 5.

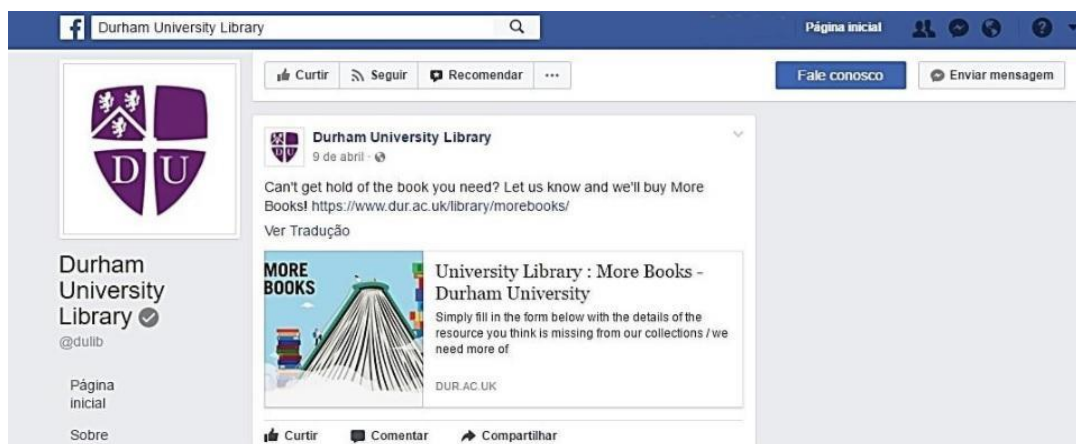
Figura 5 - Publicações sobre coleções no *Facebook* da biblioteca da Universidade de Brasília



Fonte: As autoras, baseado no *Facebook*.

Em se tratando da análise de publicações no *Facebook* sobre as coleções das bibliotecas no continente europeu, verificou-se a presença de inúmeras postagens acerca dos eventos e exposições que estas realizam em seus espaços, onde exibem principalmente, itens de suas coleções especiais e novas aquisições, como exemplificado na Figura 6.

Figura 6 - Publicações sobre coleções no *Facebook* da biblioteca da Universidade de Durham



Fonte: As autoras, baseado no *Facebook*.

Verificou-se de modo geral, a existência de poucas publicações sobre coleções, se comparado aos amplos acervos das bibliotecas analisadas e a quantidade de veículos em rede disponíveis para a disseminação interativa desses conteúdos. Uma das razões para este resultado pode advir da constatação através das próprias mídias sociais pesquisadas, da existência de outros perfis nessas redes para as diversas seções e filiais das bibliotecas, o que corrobora para um resultado restrito aos perfis avaliados e que não retrata todas as realidades das instituições.

Constatou-se ainda que o foco das publicações foi voltado para as atividades e eventos realizados nas bibliotecas, bem como, nas notícias pertinentes às universidades e fatos históricos em contexto acadêmico e social, além do destaque significativo oferecido às coleções especiais e fatos curiosos presentes em documentos raros.

O enfoque nos acervos eletrônicos e a digitalização de obras também foram frequentes nas publicações, demonstrando a preocupação das bibliotecas em preservar suas obras raras em suporte físico; proporcionar a facilidade no acesso aos conteúdos de seus documentos através dos recursos disponíveis na internet, disponibilizando itens exclusivamente em suporte digital.

Observou-se ainda, a interação entre as mídias sociais de cada biblioteca através de suas publicações, com disponibilização de links de acesso para mediar as informações em diversos graus de amplitude dos conteúdos, de acordo com as possibilidades de cada rede, oferecendo múltiplas opções de acesso aos usuários e sincronizando as informações igualmente entre os perfis.

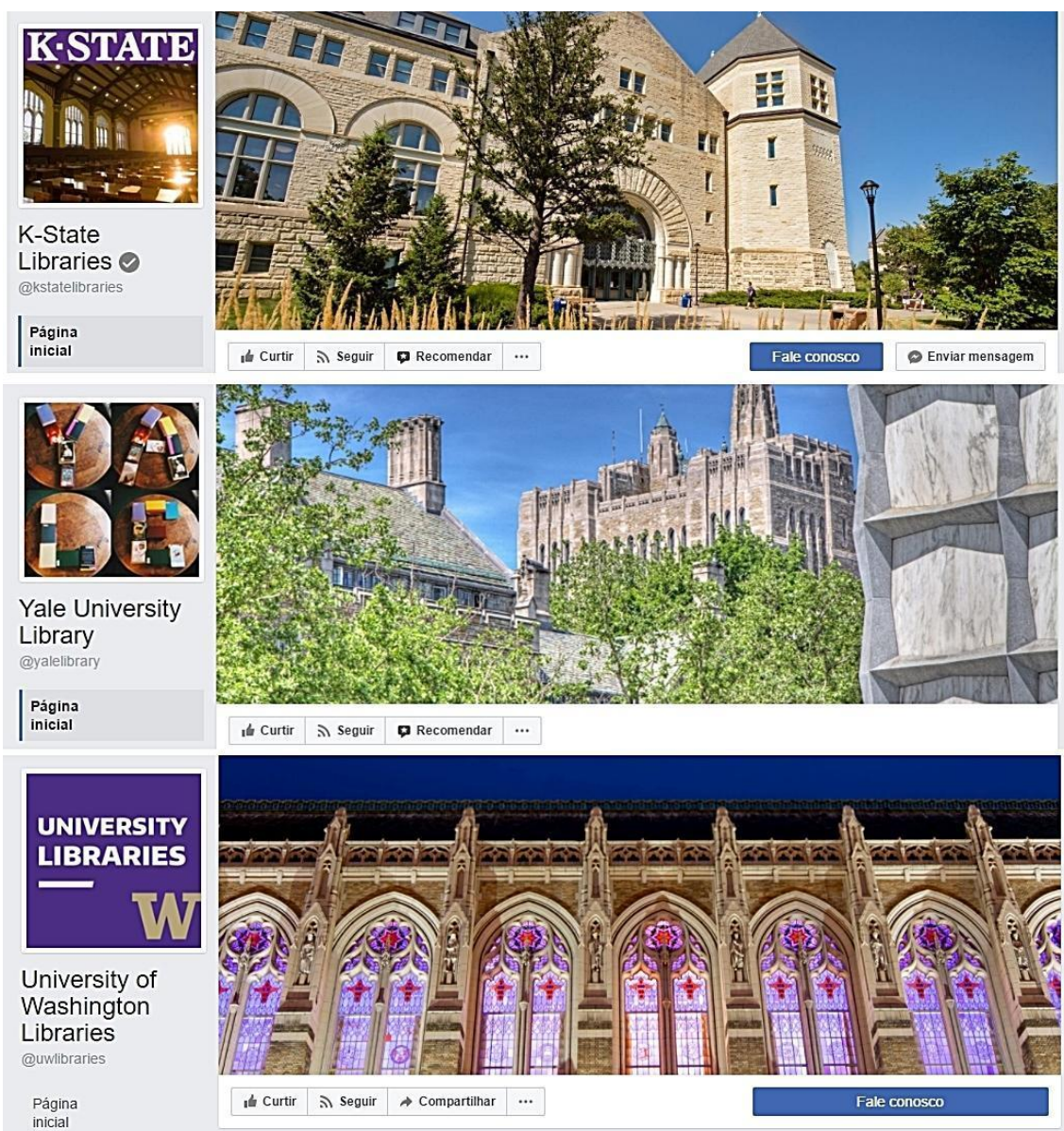
### **3.3 Personalização**

Este critério tem por finalidade avaliar os aspectos visuais e de interface no *Facebook* por biblioteca, em função de atribuir características individuais aos perfis de modo a torná-los atrativos aos olhos dos usuários, de acordo com a personalidade de cada instituição e das ferramentas e opções de customização que a plataforma oferece.

O perfil de uma mídia social representa a fachada de uma empresa, no qual deve-se escolher a partir das intenções e objetivos da instituição, as opções de personalização da conta. Com isso, as imagens dispostas pelas bibliotecas incluíram fotos nos perfis e capas, onde as bibliotecas americanas realizaram as últimas modificações entre os anos de 2013 e 2016, com imagens externas de seus edifícios e artes gráficas nas fotos de perfil.



Figura 7 - Interface da mídia social *Facebook* por biblioteca americana

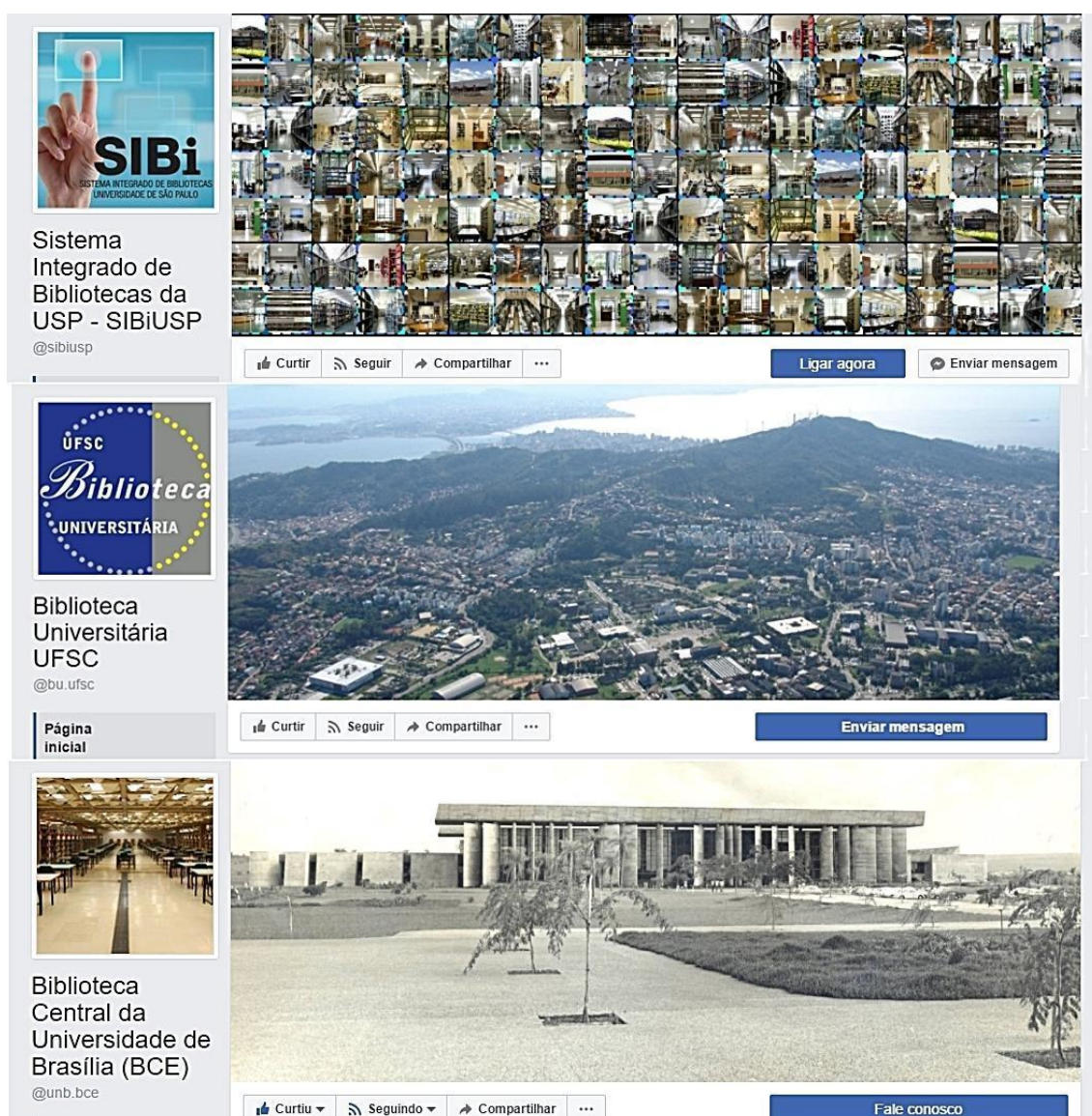


Fonte: As autoras, baseado no *Facebook*.

As bibliotecas brasileiras apresentaram singularidades quanto a escolha de imagens representativas em suas páginas iniciais, dispendo registros de artes gráficas, com fotografias de extensões internas e externas dos edifícios, realizando as últimas personalizações entre os anos de 2013 e 2016 como registrado nas bibliotecas americanas.



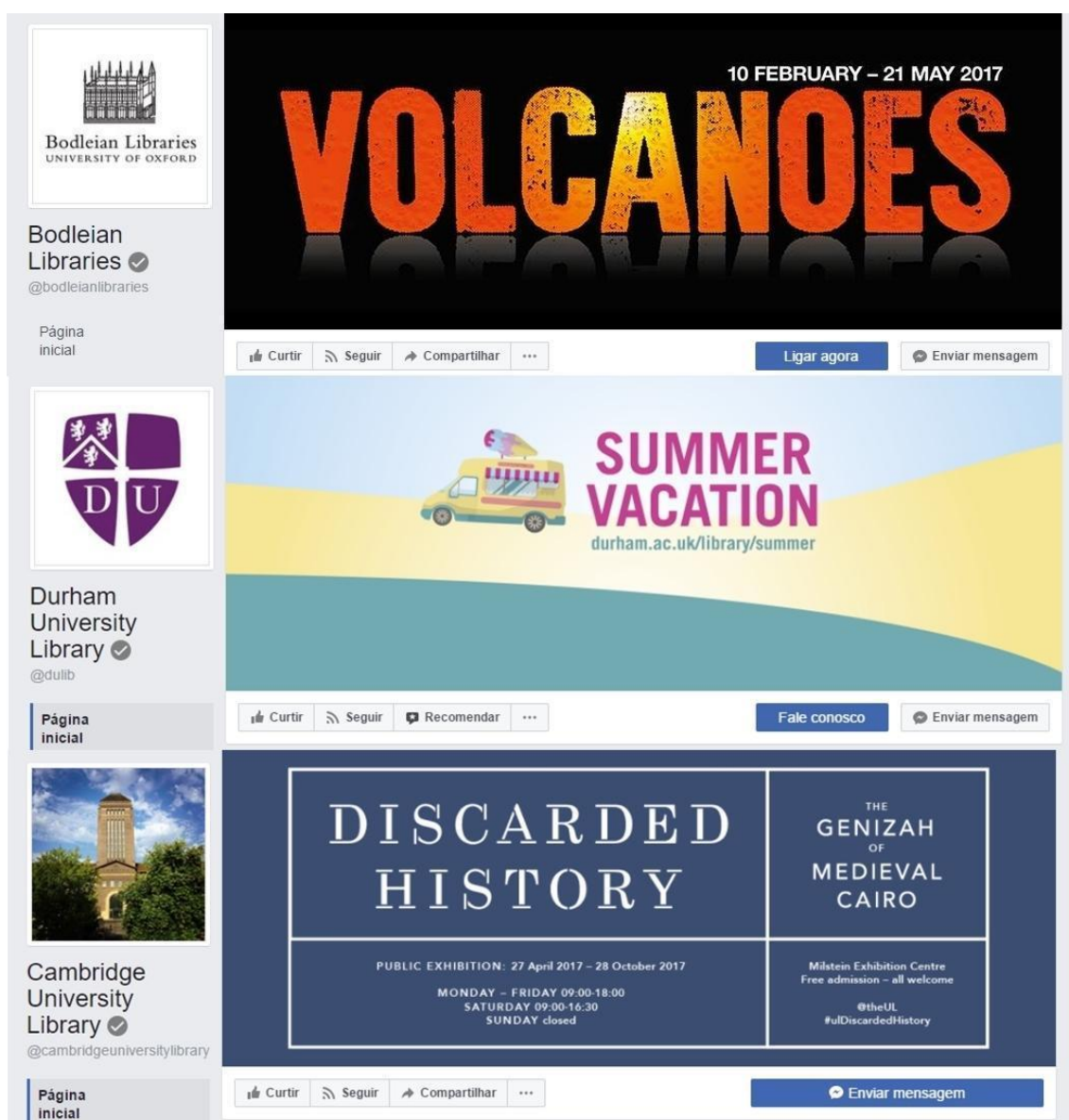
Figura 8 - Interface da mídia social *Facebook* por biblioteca brasileira



Fonte: As autoras, baseado no *Facebook*.

As bibliotecas europeias apresentaram um contexto divergente das demais, no que concerne às personalizações de suas páginas iniciais. A atualização das imagens de perfil e capa foi realizada entre períodos mais recentes, de 2014 a 2017, onde foram utilizados logotipos e ilustrações com informativos relevantes ao contexto das atividades que estão sendo realizadas nas bibliotecas, como uma forma interativa e ao mesmo tempo informativa de comunicação com os usuários.

Figura 9 - Interface da mídia social *Facebook* por biblioteca europeia



Fonte: As autoras, baseado no *Facebook*.

À guisa de síntese da seção ressalta-se que os critérios estabelecidos para uso e personalização dos perfis em mídias sociais é restrito a cada instituição de acordo com seus objetivos nessas ferramentas, e que a não utilização de quaisquer dos recursos disponibilizados pode advir das opções particulares que cada uma escolhe, uma vez que quanto maior as opções de customização, maior a probabilidade de indução a erros que podem tornar os perfis poluídos visualmente. Assim, por tratar-se de perfis de entidades que buscam se atualizarem nos novos paradigmas do mercado de informação, suas edições devem visar a facilidade na comunicação interativa e prestação de serviços e produtos aos clientes, sem descaracterizar os protocolos formais no exercício de suas atividades.



### 3.4 Atualização

Este critério tem por finalidade avaliar a frequência e relevância informacional das publicações nas mídias sociais pelas bibliotecas nos contextos acadêmico e social, de modo a viabilizar o monitoramento da disponibilização em rede dos produtos e serviços dessas instituições, bem como a presença de perfis em constante atividade e supervisão.

Especificamente com relação à periodicidade nas postagens, foi realizada uma busca avançada na aba “publicações” do *Facebook* no período de abril e maio de 2017 em função de mensurar e comparar o quantitativo de publicações através da proporção em dias realizadas por cada biblioteca. Os resultados estão apresentados no Quadro 4 e demonstram que entre o período analisado (61 dias) houve pouca assiduidade no número de publicações, uma vez que mesmo aquelas que se manifestam com maior frequência, também não o fazem todos os dias, mas sim diversas vezes em um mesmo dia.

Quadro 4 - Número de publicações por biblioteca (abril/maio de 2017)

Bibliotecas	Número de publicações no <i>Facebook</i>
Universidade Estadual do Kansas	25
Universidade de Yale	137
Universidade de Washington	10
Universidade de São Paulo	295
Universidade Federal de Santa Catarina	115
Universidade de Brasília	30
Universidade de Oxford	28
Universidade de Durham	18
Universidade de Cambridge	39

Fonte: As autoras, baseado no *Facebook*

Nota: A contagem de publicações foi realizada sem considerar seus conteúdos ou categorias.

Quanto aos conteúdos abordados nas publicações, houve predominância em informativos de interesse acadêmico, uma vez que este é o foco principal das bibliotecas universitárias, mas constatou-se a presença de temáticas relevantes ao interesse social a partir

dos acervos das bibliotecas, além do fato de que qualquer pessoa (discente, familiar, cidadão, etc.) poderá acessar os perfis de mídias sociais dessas instituições, ainda que não seja um usuário potencial.

Dessa forma, apresentam-se em síntese, alguns dos principais assuntos abordados pelas bibliotecas em suas publicações na rede, a saber:

- Itens de coleções especiais/obras raras;
- Eventos/exposições/atividades realizadas nas bibliotecas;
- Mudanças nos horários/dias de funcionamento;
- Apresentações e palestras de convidados;
- Curiosidades e arquivos históricos sobre as universidades;
- Disponibilização e acesso à acervos digitais;
- Conquistas acadêmicas (formaturas, pesquisas científicas, etc.);
- Datas comemorativas de itens, pessoas e marcos sociais;
- Compartilhamento de publicações de terceiros.

### 3.5 Interação

Neste último critério de análise foram coletados dados referentes ao modo como ocorrem as interações entre as bibliotecas e os usuários no *Facebook*. Os métodos de avaliação foram classificados de acordo com os instrumentos fornecidos pela própria rede a partir de informações anexadas em modo público e facultativo pelas proprietárias das contas (no caso, as bibliotecas), já que estas possuem total domínio de permissões quanto a publicações de terceiros em suas páginas. Com isso, observou-se as mensagens feitas pelos usuários nos perfis das bibliotecas, presentes na aba “publicações” como é apresentado na Figura 10.

Figura 10 - Aba de publicações de visitantes no perfil da biblioteca da Universidade do Kansas



Fonte: As autoras, baseado no *Facebook*.

O método observacional possibilitou a inferência de que nem todas as bibliotecas permitem a realização de publicações de visitantes em suas linhas do tempo e que muitas das que permitem, não possuem registros ou não respondem às indagações dos usuários. Desse modo, constatou-se que existe pouca ou nenhuma interação entre as bibliotecas e os usuários no contexto da aba “publicações de visitantes”, sugerindo a assertiva de que há um predomínio de clientes que preferem não se expor publicamente ou que optam por entrar em contato através das outras formas disponibilizadas pela rede ou fora dela. O resultado sugere ainda, que as ações dos usuários podem refletir aquelas realizadas pelas próprias bibliotecas, pois se elas pouco retornam as mensagens publicadas através desse método de comunicação, logo, os usuários pouco usarão este mecanismo.

Além de permitir publicar na linha do tempo de um perfil, o *Facebook* também oferece a opção de envio de mensagens via *chat* (modo privado de acesso exclusivo pelo emissor e receptor da mensagem) e registro de reações às publicações, possibilitando ao usuário curtir, comentar e compartilhar, bem como demonstrar sentimentos como amor, alegria, surpresa, tristeza e raiva.

Figura 11 - Opções de ação e reação em publicações no *Facebook*



Fonte: As autoras, baseado no *Facebook*.

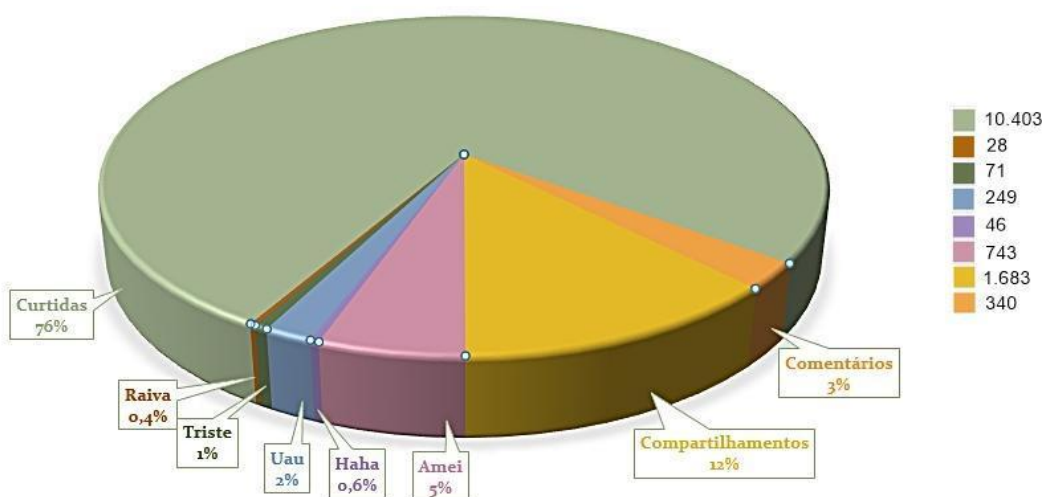
O botão “curtir” representa uma forma de participação na conversação, demonstrando o sentimento e opinião do usuário sem que este precise elaborar uma resposta escrita. É uma forma de se vincular à publicação expondo-se minimamente, dando visibilidade e apoio (contrário ou não) à mensagem proferida pelo emissor.

O botão “comentar”, por sua vez, representa um maior engajamento e exposição pelo fato de se tratar não só de uma sinalização de participação do usuário na conversação, mas também por fazer com que este contribua efetivamente na ação a partir da exibição explícita de sua opinião, crítica, reclamação, pergunta ou sugestão, no momento em que publica uma mensagem visível pelo autor da postagem e os demais comentaristas e receptores.

Já o botão “compartilhar” representa não só a visibilidade e opinião do usuário, mas torna-o parte da transmissão da mensagem em seu próprio perfil para sua lista de contatos, possibilitando a criação de novas correntes de conversação a partir da publicação original.

Tais formas de interação possuem diferentes graus de envolvimento e participação podendo resultar opiniões favoráveis ou contrárias ao conteúdo publicado, uma vez que gera reações e sentimentos divergentes em cada usuário. Diante dessa conjuntura, apresenta-se no Gráfico 4, as reações dos usuários frente as publicações das bibliotecas no *Facebook*, onde os dados foram extraídos do cenário presente no Quadro 4 e classificados de acordo com as opções de interação que a rede oferece, apresentadas na figura 30.

Gráfico 4 - Reações dos usuários nas publicações das bibliotecas no *Facebook*



Fonte: As autoras.

Nota: Os dados quantitativos foram medidos através das publicações realizadas pelas BU no período entre os meses de abril e maio de 2017 e representam a soma das informações presentes nos perfis de todas as bibliotecas objeto do estudo.

Percebe-se prevalecer o grau mínimo de conversação entre os atores através do botão “curtir”, onde a biblioteca da Universidade de Oxford registrou a maior parcela de participações com 4.178 curtidas, seguida pela biblioteca de Yale que registrou 2.454. A menor quantidade de curtidas foi registrada pela biblioteca da Universidade de Washington com 101 “likes”, manifestando as possíveis causas para tamanha discrepância através do número de seguidores das páginas ou ainda pela quantidade de publicações realizadas por biblioteca no período analisado.

O número de compartilhamentos foi a segunda maior porcentagem registrada. Observou-se que as publicações que obtiveram maiores índices de compartilhamentos, eram caracterizadas por apresentarem conteúdos curiosos e fatos inusitados no contexto das bibliotecas, como informações sobre itens presentes nas coleções especiais das bibliotecas.

Quanto aos comentários, notou-se que a maioria reflete usuários marcando seus contatos na rede para acessarem as publicações, como mostra a Figura 12, o que resulta em visibilidade para as páginas, possibilitando a interação entre os usuários e entre estes com as bibliotecas.

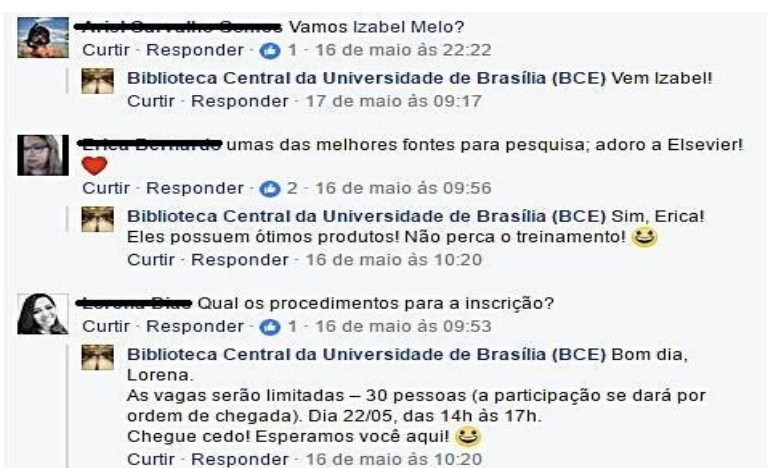
Figura 12 - Comentários registrados em publicações no *Facebook*



Fonte: As autoras, baseado no *Facebook*.

Constatou-se ainda a presença de elogios; perguntas e opiniões, como exemplificado na Figura 13, com a participação das bibliotecas na conversação, com respostas a questões e incentivo a participação dos usuários. Essa aproximação é percebida como positiva, uma vez que demonstra ao usuário que seus posicionamentos são visualizados e considerados pelas bibliotecas na rede social, de modo a assegurar uma comunicação contínua e eficaz.

Figura 13 - Comentários registrados em publicações no *Facebook*



Fonte: As autoras, baseado no *Facebook*.

Em última instância de classificação e avaliação das interações na rede social Facebook, observou-se acerca das opções de reação às publicações que as que representam sentimentos (tristeza, raiva, surpresa, alegria e amor) ocorreram em menor proporção, sendo percebida a associação de seus usos com notícias e informações caracterizadas por provocarem os respectivos sentimentos em seus leitores, a saber:

- Amor: aprovação e apoio à publicação;
- Alegria: conteúdos interativos e engraçados;
- Surpresa: informações inesperadas e chocantes;
- Tristeza: notícias indesejadas e desagradáveis;
- Raiva: desacordo ou opinião contrária ao fato proposto.

Com isso, constatou-se que uma mesma publicação pode despertar reações adversas entre os usuários a partir de sua interpretação individual, da maneira como a informação o afeta e do sentimento estimulado em relação ao fato exposto. A BU de Washington foi a única a não apresentar nenhuma reação dos usuários no período de publicações analisado.

Verificou-se, portanto, que a conversação em coletividade proporcionada pela rede social, sejam elas marcadas por discursos curtos ou longos, propicia um maior alcance de usuários para a disseminação não só de informação, mas também dos produtos e serviços oferecidos pelas bibliotecas, integrando-os às atividades acadêmicas e, conseqüentemente, corroborando para as práticas de uso desses ambientes.

#### **4 Conclusão**

A internet proporciona grandes transformações na sociedade em função da recorrente facilidade ao acesso e uso dos novos recursos de rede, que modificam a maneira dos indivíduos de pensar e agir. Com isso, os usuários passam a acessar os recursos informacionais munidos de autonomia na realização de buscas na web, fazendo com que as bibliotecas busquem inovar suas atividades para atender às novas imposições e necessidades dessa população, de modo que essas instituições não se tornem espaços inertes que existem apenas para preservar e guardar a história física da humanidade.

Essa nova configuração marcada pelo uso de diversos recursos tecnológicos, provoca alterações em grande escala nas bibliotecas universitárias, uma vez que estas possuem como usuários centrais, a chamada Geração Y, caracterizada pela geração desenvolvida em meio aos avanços da tecnologia de informação que, por conseguinte, utiliza a internet desde a primeira infância.

Com isso, a criação das mídias sociais como serviços baseados na web proporciona para as bibliotecas universitárias, uma oportunidade de extensão na comunicação e

compartilhamento de informações com os usuários, já que uma das principais características dessas redes é a produção coletiva de conteúdo entre comunidades virtuais que partilham interesses comuns. Assim, o uso das mídias sociais pode não só facilitar a aproximação entre biblioteca/usuário, mas também pode servir como um novo canal para aprimorar e oferecer os produtos e serviços das bibliotecas no contexto das atividades acadêmicas.

Nesse cenário, o presente artigo avaliou as possibilidades no uso das mídias sociais como novo mecanismo de comunicação e interação entre as bibliotecas e os usuários, a partir da análise da realidade apresentada pelas bibliotecas em contexto nacional e internacional a fim de possibilitar a inter-relação e comparação entre as práticas em diferentes cenários socioculturais.

Frente aos novos paradigmas trazidos pelas tecnologias de informação e comunicação, o estudo apontou deficiências no uso dos recursos oferecidos pelas mídias sociais para a disponibilização e ordenamento de informações das bibliotecas. O atendimento virtual aos usuários também foi considerado insuficiente, na medida em que muitos não obtiveram respostas ou sinais (visíveis ao observador) de que seus apontamentos fossem visualizados e considerados pelas bibliotecas.

Estes *feedbacks* apresentados em tempo real das opiniões, sentimentos e necessidades dos clientes é uma contribuição efetiva trazida pelas mídias sociais em favor da melhoria e qualidade na prestação de serviços pelas bibliotecas, viabilizando o estudo e identificação das expectativas, recomendações, insatisfações e desejos dos usuários.

Diante do exposto, notou-se haver uma deficiência nas práticas de uso das mídias sociais pelas bibliotecas analisadas, em virtude desses instrumentos se caracterizarem como espaços para participação e colaboração coletiva, onde os atores discutem ideias e opiniões, produzindo conteúdos e trocando experiências, e não apenas como ambientes de divulgação e breves conversações, como observado nas atitudes das bibliotecas em seus perfis.

Pela magnitude e importância no contexto científico mundial das bibliotecas analisadas frente às instituições acadêmicas às quais se subordinam, presumia-se um maior nível de exploração de suas mídias sociais, considerando a assertiva de que a falta de pessoal qualificado e designado apenas para a função de atualizar e monitorar as redes, bem como o desenvolvimento de estudos pelas bibliotecas sobre a utilização dessas plataformas e a grande quantidade de filiais que estas possuem (muitas vezes com a existência de perfis individuais), podem ter influenciado nestes resultados.

A pesquisa demonstrou que existem diversos desafios frente a aplicação e uso das mídias sociais nas bibliotecas, no que se refere a infraestrutura; recursos humanos; planejamento estratégico; conteúdo e usuários, bem como os benefícios que as redes

oferecem para as bibliotecas nos aspectos de comunicação e divulgação de serviços e produtos. Diante do exposto, nota-se que os desafios são inúmeros em função da recenticidade no uso dessas plataformas e dos escassos estudos sobre o tema, além da dificuldade em transformar os tradicionais métodos de atuação dos bibliotecários para que as bibliotecas consigam se adequar às modificações do mercado de informação com profissionais capacitados para explorar os potenciais dos recursos de internet, demonstrando que os benefícios podem atender aos diferentes propósitos das bibliotecas em prol de reinventar suas funções a partir da ciência dos fundamentos que norteiam as mídias sociais, visando seu uso consciente.

Assim, a capacitação dos profissionais responsáveis pelo monitoramento das mídias sociais é de vital importância para a eficiência e eficácia dos serviços prestados, de modo a agregar valor aos processos já existentes nas bibliotecas. Frente ao exposto, acredita-se que as mídias sociais podem auxiliar significativamente nas mudanças e adequações das bibliotecas universitárias frente aos novos paradigmas tecnológicos no mercado de informação, basta que as instituições busquem conhecer e explorar essas plataformas, fundamentando sua importância e foco nos usuários e no relacionamento a ser estabelecido com eles de acordo com a atual geração de discentes, docentes e pesquisadores.

## Referências

AGUIAR, Giseli Adornato de; SILVA, José Fernando Modesto da. Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório da UNESP, UNICAMP e USP. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 7, n. 1, jan./jun. 2014. Disponível em: <http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/129/171> Acesso em: 4 set. 2017.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: SECOM, 2016. 162 p. il. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016-1.pdf/view>. Acesso em: 2 set. 2017.

BURKHARDT, Andy. Social media: a guide for college and university libraries. **College and Research Libraries News**, v. 71, n. 1, Jan. 2010. Disponível em: <http://crln.acrl.org/index.php/crlnews/article/view/8302/8392> Acesso em: 30 jul. 2017.

CUNHA, Murilo Bastos da. Construindo o futuro: a biblioteca universitária brasileira em 2010. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 29, n. 1, p. 71-89, jan./abr. 2000. Disponível em: <http://w.scielo.br/pdf/ci/v29n1/v29n1a8.pdf> Acesso em: 27 ago. 2017.



FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009, 405 p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011, 200 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010, 297 p.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos**. São Paulo: Atlas, 2009. 204 p.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. O mercado de informação brasileiro. **Informação & Informação**, Londrina, v. 5, n. 1, p. 35-42, jan./jun. 2000. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1660/1412> Acesso em: 30 ago. 2017.

VIEIRA, David Vieira; CARVALHO, Eliane Batista de; LAZZARIN, Fabiana Aparecida. Uma proposta de modelo baseado na web 2.0 para as bibliotecas das Universidades Federais. **IX ENANCIB: diversidade cultural e políticas de informação**, São Paulo – USP, 2008. Comunicação oral apresentada ao GT-08 – Informação e Tecnologia. Disponível em: <http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/ixenancib/paper/viewFile/3127/2253> Acesso em: 7 maio 2017.

**Recebido/Recibido/Received:** 2017-09-04.  
**Aceitado/Aceptado/Accepted:** 2017-09-30.