
BIBLIOTECA E MÍDIAS SOCIAIS: RELATÓRIO DE EXPERIÊNCIA

LIBRARY AND SOCIAL MEDIA: EXPERIENCE REPORT

Cláudia Regina dos Anjos
Bibliotecária - UFRJ
Mestrado Profissional em Biblioteconomia - UNIRIO
cranjos@gmail.com

Recebido em: 1/10/2019

Aceito em: 12/11/2019

Resumo

As mídias sociais mudaram a vida das pessoas e se tornaram regular em nossas vidas. Vozes influentes sejam para promover um produto, um serviço, ou apenas para manter-se atualizado com as últimas notícias. Esses elementos digitais *online* abrem um bom número de oportunidades para as bibliotecas. Com a utilização das ferramentas sociais as bibliotecas podem estreitar o relacionamento entre seus usuários/clientes. As redes sociais digitais podem fazer os produtos e serviços de uma biblioteca chegar a milhares de usuários/clientes, de diferentes tipos, independentemente da localização geográfica. Assim, com a consciência de que toda biblioteca tem o dever de atender a 2 (dois) tipos de usuários: presenciais e remotos, a biblioteca universitária do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional (IPPUR) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) - Biblioteca do IPPUR/UFRJ - criou o Projeto Biblioteca do IPPUR 2.0 - um serviço de referência digital que tem seus produtos e serviços direcionados para informação e educação de usuários/clientes. Deste modo, a biblioteca instituiu no seu dia – a dia de trabalho as redes sociais digitais: *Blogs, Facebook, Twitter e Youtube*. No entanto, é importante e necessário planejar e justificar a implantação e uso das tecnologias 2.0 nas bibliotecas. Por isso, deve-se estar alerta também às métricas e ao monitoramento. Este trabalho busca nortear outras bibliotecas e profissionais da informação a criação, manutenção, métricas e monitoramento a partir de uma revisão de literatura sobre o assunto e em conjunto com experiências consolidadas pelos anos de uso desses recursos sociais *online*.

Palavras-chave: Mídias sociais. Facebook. Twitter. Youtube. Bibliotecas Universitárias. Web 2.0. Métricas e monitoramento de mídias sociais.

Abstract

Social media has changed people's lives and become regular in our lives. Influential voices are either to promote a product, a service, or just to keep up with the latest news. These online digital elements open up a good number of opportunities for libraries. Using social tools libraries can strengthen the relationship between their users / clients. Digital social networks can bring library products and services to thousands of different users / customers, regardless of geographic location. Thus, with the awareness that every library has the duty to serve two (2) types of users: face-to-face and remote, the university library of the Institute of Urban and Regional Planning and Research (IPPUR) of the Federal University of Rio de Janeiro (UFRJ) - IPPUR Library / UFRJ - created the IPPUR 2.0 Library Project - a digital reference service that has its products and services directed to information and education of users / clients. Thus, the library instituted in its day to day work the digital social networks: Blogs, Facebook, Twitter and Youtube. However, it is important and necessary to plan and justify the deployment and use of 2.0 technologies in libraries. Therefore, one should also be alert to metrics and monitoring. This work seeks to guide other libraries and information professionals the creation, maintenance, metrics and monitoring from a literature review on the subject and in conjunction with experiences consolidated by years of use of these online social resources.

Keywords: Social Media. Facebook. Twitter Youtube University Libraries. Web 2.0. Social media monitoring and metrics.

1 INTRODUÇÃO: MÍDIAS SOCIAIS X BIBLIOTECAS

As mídias sociais mudaram a vida das pessoas no século XXI - *mídias sociais* é um termo genérico que abrange um conjunto de ferramentas da *Web 2.0* e sites de redes sociais como: *Myspace, LinkedIn, Twitter, Facebook, Youtube, Flickr, WordPress, SlideShare, Google Drive, Wikipédia, Blogger, Skype* e outros serviços que tenham como objetivo o compartilhamento de conteúdo (CALIL JUNIOR, CORRÊA; SPUDEIT 2013).

As ferramentas da *Web 2.0* abriram novas possibilidades de comunicação, agora podemos nos comunicar em muitas novas formas: através de *chats* (bate-papo ao vivo), *links*, fotos, vídeos, etc. Com essas ferramentas as bibliotecas, podem chegar a milhares de usuários, de diferentes tipos, independentemente da localização geográfica. Para Barros (2009), os novos serviços em redes sociais causaram uma série de transformações na *web*. A transformação, entretanto, não é baseada apenas em mudanças tecnológicas, mas principalmente, em uma mudança de mentalidade.

Essas tecnologias tornaram mais barato e mais fácil criar material e torná-lo amplamente disponível para um público global, como por exemplo: produzir um livro, um filme, uma música ou uma imagem. O uso dessas mídias modificou a forma como as pessoas se relacionam em sociedade e estão contribuindo para alterar também a maneira tradicional de se comunicar no ambiente biblioteconômico. Na forma tradicional o contato entre a biblioteca e o usuário ocorria só fisicamente, ou seja, na biblioteca, ou por escrito (carta) e depois com o avanço da tecnologia e da comunicação via *internet* o uso de *e-mails* e mais recentemente as mídias sociais.

O objetivo de usar as mídias sociais, em bibliotecas, é particular e pode variar de biblioteca para biblioteca, mas estas tecnologias proporcionam uma alternativa de comunicação direta, informal que pode complementar os outros canais de atendimento ao usuário/cliente, além de ser um sopro de ar fresco na rotina da biblioteca - tanto para os funcionários quanto para os usuários.

Estes recursos sociais abrem oportunidade para promover as atividades da biblioteca no próprio ambiente dos usuários. Tendo potencial para se tornar a maneira mais eficaz de comunicação e/ou interação da biblioteca com o usuário. Ampliando também o horário de atendimento, inclusive para fora do horário de atendimento da biblioteca, estendendo este horário para as 24 horas do dia.

Acredita-se que os principais argumentos em defesa ao uso das mídias sociais em bibliotecas são: promover a interação social, facilitar o contato com os usuários, ampliar a visibilidade das bibliotecas na *web*, atrair novos usuários/clientes além de contribuir para reduzir problemas relacionados às falhas de comunicação nas instituições a que elas pertencem (ANJOS, 2016, p.66).

2 NECESSIDADE DE ADEQUAÇÃO DAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS FRENTE AOS AVANÇOS TECNOLÓGICOS

“Em tempos de mudança, os aprendizes herdarão a terra, enquanto aqueles apegados às suas velhas certezas se descobrirão perfeitamente equipados para lidar com um mundo que já não existe mais” (Éric Hoffer).

O avanço das Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC) tem redimensionado cenários em todos os âmbitos da sociedade atual e as bibliotecas acadêmicas não ficaram isentas desse processo, assim, têm-se observado grandes mudanças no âmbito das Bibliotecas Universitárias (BUs) nos últimos anos. Há não muito tempo, os usuários viam o espaço físico da biblioteca como um importante local de pesquisa, mas com a ascensão dos conteúdos digitais, o físico foi transformado em uma rede de opções, com diferentes níveis de acessibilidade e esta transformação mudou a natureza dos trabalhos biblioteconômicos.

Segundo Nascimento (2000) a definição de BUs como sendo um local onde se conservam grandes quantidades de espécies documentais deixou de ser sinônimo de qualidade, pois hoje as coleções informatizadas não são suficientes para garantir a necessidade das Bus, nem para continuar auxiliando usuários no apoio à pesquisa e nem nas novas formas de comunicação científica. Cunha (2010) observa que as BUs estão deixando de ser a principal

fonte de busca de informações dentro do mundo acadêmico, porque o impacto da *Internet* fez com que as bibliotecas perdessem a supremacia na realização deste papel fundamental.

Behr, Moro e Estabel (2010) sinalizam que o momento é de transição, tanto para a biblioteca quanto para o profissional da informação, uma vez que o ambiente tradicional das bibliotecas medievais cede espaço para bibliotecas que são avaliadas pelos serviços que prestam, pelos produtos que oferecem e pelo uso que fazem das TICs. Consciente do poder que trazem as TICs, as universidades estão começando a se mostrar presentes nos novos canais interativos - como as mídias sociais - para se comunicar com a comunidade universitária.

Assim, hoje é possível observar nas mídias sociais de universidades informações sobre: publicações institucionais, processos de admissão dos cursos, programas de disciplinas, informações de eventos ou palestras, divulgação de fotos e de vídeos de acadêmicos etc.

Diante dos efeitos sociais provocados pelas TICs, Carlos Levi – ex-Reitor da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) – declarou que a universidade deve se repensar, se reinventar e se reconfigurar para acompanhar as aceleradas transformações, descobertas e conquistas do mundo atual e aproximar as atividades universitárias dos anseios e expectativas da sociedade (A PESQUISA... 2014). Fica claro, nas palavras do reitor, que com o domínio das novas tecnologias, o universo acadêmico está sendo modificado.

Cabe destacar, neste momento, as palavras de Prado (1992), quando esta afirma que a biblioteca acadêmica é uma universidade em si mesma. Então, seguindo essa linha de raciocínio, se as universidades estão modificando suas posturas para acompanhar as transformações do mundo atual, conseqüentemente as BUs também devem seguir o mesmo destino: se repensar, se reinventar e se reconfigurar já que os objetivos destas são determinados pela própria universidade.

A autora lembra ainda que as BUs têm papel imprescindível na preservação e na disseminação de informações e conhecimento, pois além de atuarem como espaço de inter-relacionamento da comunidade acadêmica em todos os níveis – dos alunos, professores, técnicos e dirigentes das diversas unidades – também estabelecem relações que vão do apoio ao ensino à disseminação da produção científica.

Roly Keating – diretor da Biblioteca Nacional do Reino Unido – em recente entrevista, sobre a influência da ascensão digital no mundo das bibliotecas, disse que o mundo do conhecimento está se tornando cada vez mais digital e baseado em tela, mas isso não implica a diminuição das bibliotecas físicas. O entrevistado lembra que por décadas uma série de valores foram incutidos nas bibliotecas e hoje novos valores estão sendo trazidos na vida dessas instituições por conta dos celulares, dos *iPhones*, dos *tablets*, dos computadores e das redes sociais, e agora é papel da biblioteca para garantirem sua durabilidade unir-se a essas coisas e fazer parte de tudo isso (KEATING, 2015).

Fernando Arbache - presidente da Arbache (2015) - alerta que modificações estruturais são necessárias para o progresso entre empresa e profissional, segundo ele, cabe aos diretores de planejamento, estratégia e recursos humanos preparar suas organizações para receber a nova geração que dominará o mercado de trabalho em poucos anos: "*As instituições muito tradicionais precisam se adequar e agir de forma mais interativa [...]*" (FRIZON, 2015, p. [4]). É verdade que serviços tradicionais nem sempre são transferíveis para o contexto digital, mas é inegável que as atividades de uma biblioteca acadêmica estão cada vez mais baseadas em serviços.

Kotler (2000) afirma que empresas e organizações precisam correr mais rápido para continuar no mesmo lugar e que estas devem trabalhar para construir uma imagem sólida e positiva na mente do seu público, enxergando mudanças como oportunidades para que suas estruturas, sistemas e cultura organizacional não corram o risco de ficarem obsoletas. Jesus e Cunha (2012) usam as palavras de Ranganathan para recordar que as bibliotecas são organismos vivos em crescimento, e que existem para atender o usuário e lembram que estas instituições precisam estar atentas para que seus produtos e serviços satisfaçam às necessidades de seus usuários e não se tornem obsoletos. Neste contexto, segundo Viana (2013), o uso das mídias digitais surge como uma alternativa para:

- ajudar pesquisadores a tornar seu trabalho mais visível na *web*;

- promover o uso autônomo dos serviços;
- promover o acesso autônomo à informação;
- promover o acesso instantâneo à informação;
- promover o aprendizado assíncrono (a aprendizagem assíncrona ocorre em cursos onde o próprio aluno determina a duração, geralmente por intermédio de *cd-rom*, *Internet*, *e-mail* ou grupos de discussões *online*);
- promover o aprendizado a distância;
- promover a produção rápida de conhecimento;
- promover o acesso aberto (*e-science*, ciência colaborativa, repositórios institucionais);
- promover o uso de novos dispositivos e de novos aplicativos.

Conscientes deste fato, alguns bibliotecários estão usando as mídias sociais para: ouvirem o que é dito sobre a instituição, para desenvolverem a autonomia de seus usuários e para disseminarem (ou disponibilizarem) acervos dentro e fora de sua biblioteca, entre outras aplicações.

3 O PROJETO BIBLIOTECA DO IPPUR 2.0

Em bibliotecas acadêmicas as atribuições do bibliotecário vão além de sua atuação como agente facilitador da informação. Nesse cenário esse profissional torna-se um profissional de educação, pois em instituições acadêmicas este profissional cria programas de treinamento como: ensino de normalização de trabalhos acadêmicos conforme normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) - treinamentos de bases de dados, além dos habituais treinamentos de buscas no catálogo da biblioteca.

Com o mercado cada vez mais concorrido, oferecer melhores produtos e serviços já não é o suficiente, isto porque não há produto ou serviço bom o bastante. Uma maneira de competir no mercado é garantir a satisfação dos clientes. Sendo assim, ouvir as opiniões dos usuários para melhorar o desempenho e fidelizar os clientes são itens essenciais para sobrevivência das instituições e/ou organizações (FIDELIZAÇÃO..., 2015).

Antes da *Internet* as bibliotecas, nem sempre tinham essa atitude, talvez porque não fosse tão necessária uma vez que os recursos disponíveis, nestas organizações, eram únicos e não havia outro lugar para encontrá-los. Mas a *internet* mudou tudo isso e agora as bibliotecas competem também com um ambiente de fontes de informação diversificada e abundante disponível na *web* e para defender sua própria relevância precisam operar também neste ambiente concorrente.

Recentemente o Instituto Pró-Livro, revelou em uma pesquisa do que: 66% dos brasileiros não frequentam bibliotecas, e outros 14% visitam raramente o local, segundo Dalgiza Oliveira - professora de biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) - uma das explicações para a impopularidade das bibliotecas é a falta de visibilidade, onde a própria comunidade do entorno, dessas organizações, não conhece as possibilidades que o espaço oferece (QUESADA, 2016).

3.1 HISTÓRICO

A Biblioteca do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) - Biblioteca do IPPUR/UFRJ - foi criada em março de 1986, contando inicialmente com recursos da Fundação José Bonifácio (FUJB) e da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP). Em julho de 1988, o acervo, que se encontrava na Biblioteca Central do Centro de Tecnologia, foi transferido para a nova sede do Instituto, no Prédio da Reitoria. Ao longo dos anos, o acervo da biblioteca foi enriquecido através de compras, permutas e doações.

Dentre as doações de acervos de grande relevância, merecem destaque: parte da coleção da extinta Biblioteca do Banco Nacional de Habitação; parte da coleção particular dos professores Michael David Vetter e do Engenheiro José de Oliveira Reis e os acervos particulares dos Professores Eduardo Guimarães de Carvalho e Martim Oscar Smolka.

Especializada em Planejamento Urbano e Regional, a Biblioteca busca assegurar suporte ao caráter multidisciplinar de ensino e pesquisa nessa área, através de coleções em vários campos disciplinares, tais como: Economia Urbana e Regional, Geografia, Sociologia, Antropologia, Ciências Políticas, Arquitetura e Urbanismo, História Urbana, História Geral e do Brasil, Meio Ambiente e Filosofia. Hoje entre livros, folhetos, obras de referência, teses e dissertações, vídeos e *cd-rom* a biblioteca conta com mais de 24.000 itens.

3.2 PROJETO BIBLIOTECA DO IPPUR 2.0

O Projeto Biblioteca do IPPUR 2.0 consiste basicamente em um serviço de referência digital que tem seus produtos e serviços direcionados para informação e educação de usuários/clientes. Nasceu da percepção que as mídias sociais poderiam alavancar a performance da biblioteca junto aos usuários/clientes. Desta maneira, os bibliotecários ocuparam-se primeiramente em repensar sobre serviços e produtos oferecidos e em seguida desenvolver ações pautadas no uso das mídias sociais. Tendo como meta principal a 4ª Lei de Ranganathan “*Poupar o tempo do leitor*”. Assim, paulatinamente a biblioteca modificou sua rotina e passou a produzir e oferecer produtos e serviços na esfera 2.0.

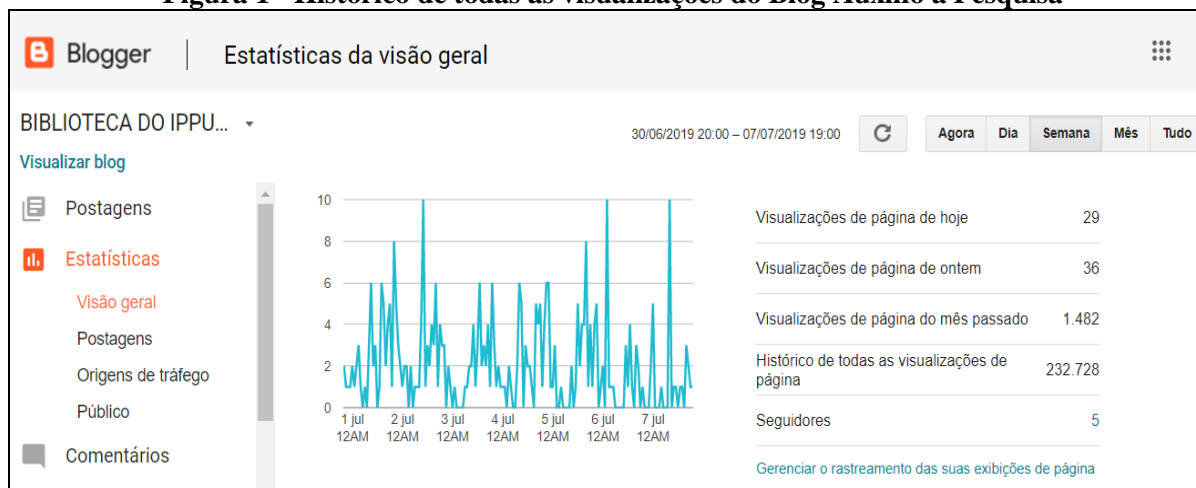
É necessário frisar que as ferramentas sociais são gratuitas, ou seja, que todo processo de criação, manutenção e hospedagem do *site* e/ou *blogs* são inteiramente gratuitos, já que não geram custos para criação ou para a manutenção dos mesmos. Além de não requerem nenhuma habilidade de *web design* ou de publicação especial, pois não demandam conhecimento prévio sobre linguagens informáticas (GARCIA 2009, p. 36-37) ou de programação para tornar possível seu uso (NEUBERT, 2010, p. 38).

As ferramentas 2.0 mais conhecidas e usadas para criação de *site* e/ou *blogs* são: a *Blogger* e a *WordPress*. Depois de conhecer as duas ferramentas optou-se por usar a *Blogger* - também chamado de *Blogspot* - que é uma das maiores plataformas de criação de *blogs* grátis que existe. É uma ferramenta que o *Google* oferece para edição e gerenciamento de *blogs*, semelhantemente ao *WordPress*, é mais indicada para usuários que nunca tenham criado um *blog*, ou que não tenham muita familiaridade com a tecnologia.

É verdade que serviços biblioteconômicos tradicionais nem sempre são transferíveis para o contexto digital, mas a biblioteca conseguiu vencer essa barreira e transformou alguns serviços e/ou produtos presenciais em *online*. Assim a Biblioteca do IPPUR começou a se lançar no cenário 2.0. A seguir apresentamos os produtos e serviços criados (listados por ordem cronológica de criação):

Blog Auxílio à Pesquisa – O “*Blog Auxílio à Pesquisa*” foi criado em maio de 2010, no começo, chamado de “*Blog Normalizando Documentos IPPUR*” foi o primeiro *blog* da biblioteca. Inicialmente o *blog* objetivava fornecer orientação à normalização de trabalhos acadêmicos para os alunos do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (IPPUR/UFRJ). No início esse *blog* foi constituído com material proveniente das questões levantadas pelos alunos durante os momentos de orientação. Era basicamente um FAQ (*Frequently Asked Questions*) que complementava as orientações de normalização dos trabalhos acadêmicos fornecidas pelo manual utilizado na época. Os FAQs habitualmente reúnem as respostas às perguntas mais comuns que os clientes fazem. Por isso, o “*Blog Normalizando Documentos*” foi construído no esquema de perguntas e respostas de caráter estático, ou seja, não permitia comentários, para evitar possíveis ruídos na comunicação com os alunos. Atualmente o *blog* ampliou a orientação e oferece também informações gerais sobre o processo de pesquisa acadêmica. Hoje o histórico de todas as visualizações de página totaliza atualmente 232.728 visualizações tanto no Brasil quanto no exterior, conforme ilustração abaixo:

Figura 1 - Histórico de todas as visualizações do Blog Auxílio à Pesquisa



Fonte: Ferramenta de estatística do *Blogger*

Guia Prático para Normalização de Trabalhos Acadêmicos da Biblioteca do IPPUR/UFRJ

– Sucessor do Manual de Elaboração de Trabalhos Acadêmicos do IPPUR, o *Guia Prático* foi elaborado pelos bibliotecários e lançado em novembro de 2011. Trata-se de uma obra totalmente ilustrada, estruturada de forma pedagógica e que condensa as normas da ABNT, além de ensinar, de uma maneira clara e direta, o processo de normalização dos trabalhos. Para manter o Guia Prático *online* a biblioteca utiliza a ferramenta *Google Docs* que disponibiliza o arquivo digital em formato *pdf* do *Guia*. O objetivo é facilitar o *download* a obra. Desde 10 de março de 2019 (data da última atualização) o *Guia* alcançou 3.406 visualizações de página.

Boletim de Novas Aquisições – Editado bimestralmente, o *Boletim de Novas Aquisições* arrola os itens que passaram a integrar o acervo da biblioteca por meio de doações, permutas e compras. O Boletim traz a referência e o número de chamada dos itens para facilitar a localização de cada publicação no acervo da biblioteca. Lançado em março de 2012, a versão digital mantém a estrutura original da publicação em papel. O Boletim utiliza a ferramenta para desenvolver *Blogs*, *Blogger*. Atualmente conta com 11.285 visualizações.

Site Biblioteca do IPPUR 2.0 – Lançado em março de 2012, o *site Biblioteca do IPPUR 2.0* foi idealizado primeiramente com intuito de facilitar o atendimento ao usuário/cliente. A preocupação inicial era criar uma marca, ou seja, uma identidade institucional na *Internet (ciberespaço)* para a biblioteca. Esse trabalho já está em andamento em órgãos públicos e privados preocupados em aumentar a visibilidade de suas instituições, mas pouco se ler sobre essa prática para bibliotecas que se fazem presente no mundo virtual. Assim, foi criado um ambiente *online* que aglutinava todos os produtos desenvolvidos pela biblioteca num só lugar. Em um só endereço de *web*. Desde sua criação, até maio de 2019, o *site* teve 61.644 visualizações.

Figura 2 - Histórico de todas as visualizações do Site Biblioteca do IPPUR 2.0



Fonte: Ferramenta de estatística do Blogger

Redes Sociais – Em bibliotecas, essas tecnologias de mídia social, costumam ser utilizadas tanto para compartilhar notícias gerais sobre a biblioteca como para fornecer informações de algum assunto específico. Assim, a biblioteca criou perfis nas redes sociais *Facebook* e *Twitter* com intuito de disponibilizar *clipping* diários com informes e notícias nas áreas: de cultura, biblioteconomia, Rio de Janeiro, planejamento urbano e regional, informações gerais sobre a UFRJ, o IPPUR entre outros temas.

4 CRIAÇÃO, MANUTENÇÃO E MONITORAMENTO: CONSELHOS ÚTEIS

A utilização das mídias sociais, no ambiente biblioteconômico universitário, pode contribuir tanto para a implantação (ou para o aperfeiçoamento) de produtos e/ou serviços oferecidos, como para facilitar a comunicação das bibliotecas com seus usuários. A manutenção da reputação da biblioteca nas redes sociais é de responsabilidade do administrador da conta. Manter a reputação significa principalmente, controlar a informação postada. Assim, com intuito colaborar apresentaremos a seguir algumas recomendações baseadas em nossa experiência de uso destas ferramentas sociais:

- tenha consciência de que o usuário é o protagonista e que sua página existe para satisfazer primeiramente as necessidades dele, se alcançar outras pessoas será uma consequência do bom trabalho realizado;
- lembre-se que cuidar de uma página institucional é diferente de uma página privada. Assim, nomeie mais de um administrador para gerenciar as funções na página institucional;
- preocupe-se com a imparcialidade;
- poste sempre colocando títulos breves junto com textos e *URL*;
- adote um tom cordial quando responder às mensagens (lembre-se de que toda mensagem deve ter o direito de receber resposta).
- trate a página da biblioteca de forma diferente de um perfil pessoal, pois é um ato institucional;
- aprenda com outras instituições (siga-as e inspire-se em boas práticas);
- mostre o que a sua biblioteca faz e também o que ela tem, ou seja, publique materiais relativos à: rotina da biblioteca, apresentação de itens do acervo, apresentação de produtos e serviços etc.;
- considere que existe muito material de boa qualidade produzido na *web*. Avalie, poste, mas sempre identifique as fontes;
- divulgue o que é produzido em sua instituição (eventos, treinamentos, palestras, *workshops*, cartazes, folhetos, etc);
- faça manutenção contínua da página. Especialistas de *marketing* em mídias sociais recomendam que se poste de duas a quatro postagens por dia (PROVEZANO, 2017);

- monitore regularmente a página para saber se os objetivos estão sendo alcançados.

Uma boa forma de medir o desempenho na mídia social é monitoramento das atividades na página. Lembre-se de que quando você está medindo e avaliando o sucesso na mídia social é importante medir o que importa, ou seja, o que foi identificado inicialmente como propósito no processo de planejamento. Passado algum tempo de presença nas mídias, torna-se necessário as instituições compreender o desempenho das páginas na *web* social. Comumente as mídias sociais disponibilizam para os administradores uma seção contendo o registro das atividades nas páginas sociais.

A avaliação do desempenho da utilização das mídias sociais da biblioteca consiste basicamente em examinar algumas métricas definidas como chave. Nesta seção, propomos um conjunto de métricas simples que a biblioteca acadêmica pode usar para medir o impacto de suas atividades. Os dados colhidos pela *interface* podem permitir que às BUs transformem essa ferramenta em um canal de *marketing* estratégico. Para isso, o profissional deve ser capaz de identificar os métodos de medição dos resultados desejados de uma mídia social. Para efeito de estudo do monitoramento recomendamos uma atenção especial para indicadores que consideramos relevantes nas mídias sociais *Facebook* e *Twitter* para revelar o desempenho do conteúdo de uma página (Quadro 1). Esses indicadores estão presentes na interface de estatísticas das principais mídias sociais:

Quadro 1: Principais indicadores de monitoramento de mídias sociais

FACEBOOK	TWITTER
INDICADOR 1: Fãs alcançados	INDICADOR 1: Atividade do <i>tweet</i>
INDICADOR 2: Alcance orgânico	INDICADOR 2: Impressões (interesses dos seguidores)
INDICADOR 3: Envolvimento dos visitantes	INDICADOR 3: Engajamento
INDICADOR 4: Taxa de cliques	INDICADOR 4: Taxa de participação

Fonte: Interface de estatísticas *Facebook* e *Twitter*.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E PERSPECTIVAS FUTURAS

Na literatura profissional encontram-se alguns estudos com os mais variados enfoques: padrões de comportamentos, opiniões dos bibliotecários relativas ao tema, além de análises sobre o desenvolvimento de uma mídia social específica. A motivação deste estudo que se justifica em primeiro lugar, por permitir um compartilhamento de experiência e também por contribuir para um melhor entendimento do uso dessas ferramentas.

Acreditamos que estudar as mídias sociais traz benefícios para os esforços de *marketing* de bibliotecas acadêmicas. Benefícios estes, óbvios para as organizações comerciais e ainda nebulosos para as bibliotecas. O relacionamento dos indivíduos com as mídias sociais é um assunto relativamente recente e rico, mas que ainda carece de muitos estudos. Prever o futuro da mídia social é uma tarefa muito difícil. O futuro das bibliotecas acadêmicas, neste universo contínuo e onipresente, está aberto ao debate.

Nessa perspectiva, ganha destaque a necessidade de bibliotecas acadêmicas serem mais estratégicas, para divulgar seus serviços e/ou produtos. E a mídia social oferece uma oportunidade para esta iniciativa. Vale ressaltar, também, que as ações desenvolvidas no ambiente digital:

- melhoram a comunicação internamente e externamente, ou seja, o compartilhamento do conhecimento dentro da organização de forma mais ampla (universidade, instituto, centro, etc.), e também no local de trabalho (a própria biblioteca);
- facilitaram a criação de serviços personalizados, pois nos dias atuais as BUs não têm fronteiras e costumam ser avaliadas em função dos serviços que prestam e não pela dimensão de suas coleções, ou seja, agora a biblioteca é avaliada pelo que faz e não pelo que ela tem.

Concluindo podemos dizer que as ferramentas 2.0 se revelaram um ótimo instrumento para a biblioteca, uma excelente vitrine para a exposição de produtos e/ou serviços e que atualmente as bibliotecas devem trabalhar para autonomia dos seus usuários/clientes.

REFERÊNCIAS

ANJOS, Cláudia Regina dos. **Mídias sociais nas bibliotecas da UFRJ: adoção e monitoramento**. 2016. 162f. Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia) - Programa de Pós-graduação em Biblioteconomia, Centro de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Orientador: Moreno Albuquerque de Barros.

ARAÚJO, Felipe. **Leis de Ranganathan**. Disponível em: <http://www.infoescola.com/curiosidades/leis-de-ranganathan/>. Acesso em: 10 out. 2012.

BARROS, Moreno Albuquerque de. **Emergência e dinâmica informacional na Blogosfera**. Dissertação – Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação. Mestrado em Ciência da Informação, Convênio Universidade Federal Fluminense - Instituto de Arte e Comunicação Social, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia. Niterói, Rio de Janeiro. 2009.

BEHR, Ariel; MORO, Eliane L. S.; ESTABEL, Lizandra B. Uma proposta de atendimento às necessidades de informação dos usuários da biblioteca escolar por meio do *benchmarking* e do *sensemaking*. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. 1, p. 37 - 54, jul./jun. 2010.

BEHR, Ariel et al. Especialização em bibliotecas escolares e acessibilidade: discutindo a gestão da biblioteca na modalidade EAD. **Informação & Informação**, Londrina, v. 16, n.1, p. 102-123, jan./jun. 2011. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/7831/8481>. Acesso em: 26 set. 2011.

CALIL JUNIOR, Alberto; CORRÊA, Elisa Cristina Delfini; SPUDEIT, Daniela. O uso das mídias sociais nas bibliotecas brasileiras: análise dos trabalhos apresentados no SNBU e CBBB. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO-FEBAB*. 2013. **Anais...** p.5044-5059. Disponível em: <http://portal.febab.org.br/anais/article/view/1634/1635>. Acesso em: set. 2015.

CUNHA, Murilo Bastos da. A biblioteca universitária na encruzilhada. **DataGramZero: Revista de Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 11, n.6, dez. 2010. Disponível em: http://www.datagramazero.org.br/dez10/Art_07.htm. Acesso em: 6 fev. 2015.

FIDELIZAÇÃO de clientes: 5 dicas essenciais para encantar o comprador manter o cliente pode ser mais importante do que conquistar um novo. 26 jun. 2015. **Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios**. Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Dia-a-dia/noticia/2015/03/fidelizacao-de-clientes-5-dicas-essenciais-para-encantar-o-comprador.html>. Acesso em: 15 jul. 2016.

FRIZON, Jaqueline. **Geração C: os futuros profissionais: como as empresas estão se adequando para receberem a turma que não vive sem as mídias sociais**. 2015. Disponível em: <http://carreiraenegocios.uol.com.br/gestao-motivacao/41/artigo255115-2.asp>. Acesso em: 3 fev. 2015.

GARCIA, Thais Xavier. **Tecnologias Web 2.0 em unidades de informação: serviços disponibilizados na Biblioteca 2.0**. 2009. 123 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação

em Biblioteconomia) -Departamento de Ciências da Informação, Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/30397879.pdf>. Acesso em: 9 maio 2019.

JESUS, Deise Lourenço de; CUNHA, Murilo Bastos da. Produtos e serviços da *web 2.0* no setor de referência das bibliotecas. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 17, n. 1, p. 110-133, jan./mar. 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-99362012000100007&script=sci_arttext. Acesso em: 30 jan. 2015.

KEATING, Roly. Rise of smart phones and social media makes people crave real books. **The Telegraph**, 25 June 2015. Disponível em: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/11343797/Rise-of-smart-phones-and-social-media-makes-people-crave-real-books-British-Library-report-finds.html>. Acesso em: 23 jun. 2015. Entrevista concedida a Hannah Furness.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

NASCIMENTO, Cecília Maria Pereira. A biblioteca universitária hoje: gerencia compartilhada. *In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS*, 2000. **Anais...** Disponível em: <http://snbu.bvs.br/snbu2000/docs/pt/doc/t026.doc>. Acesso em: 03 jul. 2005.

NEUBERT, Patrícia da Silva. **Ferramentas colaborativas da Web 2.0**: uso por alunos de pós-graduação em ciência da informação na pesquisa bibliográfica. 2010. 97 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Biblioteconomia, Departamento de Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/120891/296700.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 9 maio 2019.

A PESQUISA atualiza, inova e qualifica as atividades acadêmicas, diz reitor da UFRJ. *In: ENCONTRO INTERNACIONAL DE REITORES UNIVERSIA*, 3. Discurso de Carlos Levi, Reitor da UFRJ. Disponível em: <http://noticias.universia.com.br/destaque/noticia/2014/07/28/1101344/a-pesquisa-atualiza-inova-qualifica-atividades-academicas-diz-reitor-ufrj.html>. Acesso em: set 2014.

PRADO, Heloísa de Almeida. **Organização e administração de bibliotecas**. 2. ed. São Paulo: T. A. Queiroz, 1992.

PROVEZANO, Mérian. **Qual a frequência ideal de postagem nas redes sociais**: descubra agora mesmo e engaje ainda mais sua audiência. Publicado em 29 nov. 2017. Atualizado em 17 jan. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/frequencia-de-postagem-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 5 jul. 2019.

QUESADA, Beatriz. Desafios para tornar as bibliotecas públicas mais atraentes: além de problemas estruturais, imagem negativa do ambiente afasta o público. **Revista Educação**. Extras. Edição 230. Disponível em: <http://revistaeducacao.com.br/textos/230/desafios-para-tornar-as-bibliotecas-publicas-mais-atraentes-371778-1.asp>. Acesso em: 15 jul. 2016.

VIANA, Michelângelo Mazzardo Marques. **A informação e a biblioteca universitária**. 2013. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/miquemv/ss-a-informao-e-a-biblioteca-universitria>. Acesso em: 24 jan. 2015.