

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - UNIRIO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA - PPGB
MESTRADO PROFISSIONAL EM BIBLIOTECONOMIA

SORAIA SANTANA CAPELLO

**BOAS PRÁTICAS NA UTILIZAÇÃO DE MÍDIAS SOCIAIS PARA BIBLIOTECAS
UNIVERSITÁRIAS: um guia sobre como utilizar adequadamente estas ferramentas**

Rio de Janeiro
2016

SORAIA SANTANA CAPELLO

**BOAS PRÁTICAS NA UTILIZAÇÃO DE MÍDIAS SOCIAIS PARA BIBLIOTECAS
UNIVERSITÁRIAS: um guia sobre como utilizar adequadamente estas ferramentas**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação
em Biblioteconomia da Universidade Federal do Estado
do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção de
grau no Mestrado Profissional em Biblioteconomia

Orientador: Prof. Dr. Alberto Calil Junior

Rio de Janeiro
2016

SORAIA SANTANA CAPELLO

BOAS PRÁTICAS NA UTILIZAÇÃO DE MÍDIAS SOCIAIS PARA BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: um guia sobre como utilizar adequadamente estas ferramentas

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção de grau no Mestrado Profissional em Biblioteconomia.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Alberto Calil Junior – Orientador
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Moreno Albuquerque de Barros – Titular interno
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof^ª. Dr^ª. Geni Chaves Fernandes – Suplente interno
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Prof^ª Dr^ª. Marcia Heloísa Tavares – Titular externo
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof^ª Dr^ª.Jaqueline Santos Barradas – Suplente externo
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Dedico este trabalho aos meus filhos Guilherme e Gustavo.

AGRADECIMENTOS

À minha família, pelo apoio.

Aos colegas Bibliotecários que contribuíram com a pesquisa direta ou indiretamente.

Ao meu orientador Prof. Dr. Alberto Calil Junior pelos ensinamentos e motivação de sempre.

A ignorância de si e de suas relações com o mundo é fator essencial do conformismo. Quem não sabe de si não se transforma e não transforma a fôrma.
(Luiz Milanesi)

RESUMO

CAPELLO, Soraia. Boas práticas na utilização de mídias sociais para bibliotecas universitárias: um guia sobre como utilizar adequadamente estas ferramentas. 2016. 105 p. Dissertação (Mestrado profissional em Biblioteconomia) – Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2016.

Realiza uma investigação em torno das formas de uso das mídias sociais, levando em consideração o contexto atual no qual as bibliotecas universitárias vêm utilizando cada vez mais estas ferramentas em suas atividades. Objetiva preparar orientações que visem as boas práticas em mídias sociais, a fim de guiar e auxiliar o bibliotecário na utilização e publicação de conteúdo nestes canais em nome da biblioteca em que atua. As perspectivas teóricas estão divididas em duas subseções: a primeira trata da biblioteca universitária e da universidade no Brasil, apresentando um breve histórico do surgimento das universidades brasileiras e suas bibliotecas. Além de abordar a missão da biblioteca universitária e o uso de marketing digital nas mesmas. A segunda subseção apresenta as formas de uso de mídias sociais em bibliotecas universitárias. A metodologia utilizada neste estudo é de cunho qualitativo. Utilizou-se como instrumentos de coleta de dados o questionário de perguntas abertas e fechadas, visitas a ambientes virtuais e a técnica de análise de conteúdo. O universo estudado consiste nas bibliotecas das universidades públicas do Estado do Rio de Janeiro. O questionário foi direcionado às bibliotecárias gestoras das bibliotecas em questão. O produto final deste estudo foi construído através da análise de como vem sendo realizada a participação das bibliotecas neste universo e da análise de manuais, guias, ou políticas informacionais voltadas para este fim.

Palavras-chave: Bibliotecas universitárias; Mídias sociais; Boas práticas.

ABSTRACT

CAPELLO, Soraia. Boas práticas na utilização de mídias sociais para bibliotecas universitárias: um guia sobre como utilizar adequadamente estas ferramentas. 2016. 105 p. Dissertação (Mestrado profissional em Biblioteconomia) – Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2016.

Conducts an investigation around the forms of use of social media, taking into account the current context in which university libraries have increasingly using these tools in their activities. Aims to prepare guidelines that report the best practices in social media in order to guide and assist the librarian in the use and publication of content on these channels on behalf of the library in which it operates. The theoretical perspectives was divided into two subsections: the first deals with the university library and the university in Brazil, presenting a brief history of the emergence of Brazilian universities and their libraries. In addition to addressing the mission of the university library and the use of digital marketing in them. The second subsection provides ways to use social media in university libraries. The methodology used in this study is a qualitative approach. The data collection instrument used was the questionnaire, composed of open and closed questions, virtual environments visits and technical content analysis. The study universe consists in the libraries of public universities in the State of Rio de Janeiro. The questionnaire was directed to the management of the libraries. The final product of this study was constructed by analysis of how has been the participation of libraries in this universe and analysis of manuals, guides, or informational policies.

Keywords: University libraries; Social media; Best practices.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1: Variáveis categóricas vs. Objetivos da pesquisa vs. Coleta de dados	22
Quadro 2: Atividades necessárias à BU	25
Quadro 3: Fatores que dificultaram a adaptação das BUs à Reforma Universitária	34
Quadro 4: Classificação das IES	37
Quadro 5: Caracterização das bibliotecas de IES	38
Quadro 6: Universidades Públicas do Estado do Rio de Janeiro	49
Quadro 7: Documentos analisados e os objetivos da pesquisa aos quais estão relacionados	54
Quadro 8: Frequência de ocorrência das seções dos documentos	56
Quadro 9: Categorias – Índice de Conteúdo Básico	58
Quadro 10: Conteúdo do Produto Final	63
Figura 1: Serviço de Referência Virtual	45
Figura 2: Tutorial em vídeo sobre funcionamento da biblioteca	45
Figura 3: Canal de comunicação com a biblioteca através de Blog	46
Figura 4: Gráfico de setores circular. Como é ordenada a publicação de conteúdo nestes canais	51
Figura 5: Gráfico de setores circular. Existem normas ou regras para a publicação de conteúdo em mídias sociais em nome da biblioteca?	51
Figura 6: Gráfico de setores circular. Sobre a necessidade da criação de regras, a fim de ordenar a utilização destas mídias	52
Figura 7: Diagrama em barras. Índice de Conteúdo Básico	57
Figura 8: Gráfico de setores circular. Linguagem Culta vs. Coloquial	60
Figura 9: Gráfico de setores circular. <i>Layout</i> do documento	61

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: BUPs do Rio de Janeiro	50
Tabela 2: Extensão dos documentos	60

ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRABE	Associação Brasileira de Bebidas
ABBU	Associação Brasileira de Bibliotecas Universitárias
ANDES	Associação Nacional dos Docentes do Ensino Superior
APEX	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
BDTD	Biblioteca Digital de Teses e Dissertações
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BN	Biblioteca Nacional
BU	Biblioteca universitária
BUPs	Bibliotecas das Universidades Públicas brasileiras
C&T	Ciência e Tecnologia
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CBBU	Comissão Brasileira de Bibliotecas Universitárias
CFA	Conselho Federal de Administração
CF	Constituição Federal Brasileira
CFB	Conselho Federal de Biblioteconomia
CFE	Conselho Federal de Educação
CI	Ciência da informação
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CRA	Conselho Regional de Administração
CTA	Comitê Técnico Assessor
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos
IAB	Interactive Advertising Bureau
IBICT	Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
IC	Iniciação Científica
IES	Instituição de Ensino Superior

IFSC	Instituto de Física de São Carlos
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
LDB	Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional
MEC	Ministério da Educação
PNBU	Plano Nacional de Bibliotecas Universitárias
PROBIB	Programa Nacional de Bibliotecas de Instituições de Ensino
SESu	Secretaria de Educação Superior
SNBU	Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso
TICs	Tecnologias de Informação e do Conhecimento
UDESC	Universidade do Estado de Santa Catarina
UDOP	União dos Produtores de Bioenergia,
UFF	Universidade Federal Fluminense
UNB	Universidade de Brasília
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
USAID	Agência norte-americana para o Desenvolvimento Internacional
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	OBJETIVOS	16
3	METODOLOGIA	17
4	PERSPECTIVAS TEÓRICAS	24
4.1	BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA E UNIVERSIDADE NO BRASIL. 24	
4.1.1	Sobre as Universidades brasileiras: um olhar a partir dos processos de construção da autonomia universitária.....	28
4.1.2	Sobre as Bibliotecas Universitárias brasileiras.....	33
4.1.2.1	<i>A missão da Biblioteca Universitária</i>	37
4.1.2.2	<i>Marketing digital para bibliotecas universitárias</i>	41
4.2	MÍDIAS SOCIAIS E BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA.....	42
5	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	48
5.1	Identificação das bibliotecas estudadas.....	48
5.2	Coordenação do uso de mídias sociais.....	50
5.3	Análise de conteúdo.....	52
6	O PRODUTO	62
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
	REFERÊNCIAS	68
	APÊNDICES	73

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho investiga a atuação de bibliotecas universitárias (BUs) frente as mídias sociais na internet, verificando a existência de políticas para publicação de conteúdo nestas mídias, e ainda, se estas políticas (caso existam) estão de acordo com os regimentos internos da biblioteca, e com a missão, visão e valores da Universidade em que atuam.

Este estudo é fruto de uma pesquisa iniciada em 2011 no Projeto de pesquisa em Iniciação Científica (IC da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO, orientado pelo professor Alberto Calil Junior (2010), intitulado “Bibliotecas e Bibliotecários no ciberespaço: a construção da Biblioteca 2.0”¹. O projeto se propunha a investigar a relação que as bibliotecas e bibliotecários do Brasil estavam construindo com as tecnologias 2.0. Durante a pesquisa pode-se observar, através de um mapeamento da utilização de ferramentas da Web 2.0 (blogs, streaming media, redes sociais etc.) pelas bibliotecas das Universidades Públicas brasileiras (BUPs), que há uma crescente utilização de mídias sociais, ou seja, elas estavam criando perfis institucionais para interlocução com seus usuários via estes canais. No entanto, pode-se perceber uma tendência no uso dessas mídias por parte das BUs analisadas. Para parte significativa das bibliotecas a utilização das ferramentas 2.0 se dava de forma desordenada (sem uma frequência estável nas publicações), o que apontou para a necessidade de uma análise mais aprofundada sobre a existência (ou não) de políticas para a publicação de conteúdo em mídias sociais nos regimentos internos das bibliotecas.

A intenção deste estudo é compreender os processos envolvidos na gestão do uso das mídias sociais por parte das BUs, particularmente, se estão em conformidade com os objetivos da instituição em que a biblioteca atua e assim buscar os elementos básicos para a construção de orientações sobre as melhores práticas em mídias sociais, de forma que guiem os bibliotecários na conduta diante do seu público-alvo, bem como no planejamento do conteúdo a ser publicado nestes canais de comunicação, sempre buscando estar de acordo com a Universidade e sua Missão.

Levando em conta os critérios acima mencionados e tendo em vista que a utilização de mídias sociais na internet por bibliotecas vem aumentando, esta pesquisa tem como escopo a

¹O projeto teve como resultado trabalhos apresentados em SNBUs (CALIL JR., 2010b) (CAPELLO; CALIL JR., 2014) (CALIL JR.; CAPELLO; SANTOS, 2012) (CALIL JR.; ALMENDRA; VAZ, 2012), bem como um artigo na Revista ACB (CALIL JR., 2013).

proposição de um guia chamado “Boas práticas em mídias sociais”, que visa auxiliar o uso de ferramentas de mídias sociais em bibliotecas de universidades públicas brasileiras. Como metodologia será analisada a existência de diretrizes e normas para a utilização destas ferramentas nas bibliotecas das Universidades Públicas situadas no estado do Rio de Janeiro, bem como o Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais do Governo Federal do Brasil e outras iniciativas de Organizações em que hajam orientações para os funcionários atuarem nas mídias sociais no meio corporativo. A pesquisa se desenvolveu através do seguinte problema de pesquisa: Quais elementos são fundamentais para a construção de orientações sobre as melhores práticas em mídias sociais pelas bibliotecas de universidades públicas no Brasil?

A próxima seção aponta o objetivo geral e os objetivos específicos deste estudo. Na seção 3 encontra-se toda a descrição da metodologia adotada na pesquisa. A quarta seção apresenta as perspectivas teóricas utilizadas, a fim de contextualizar o tema estudado, através de um panorama histórico das universidades brasileiras e suas bibliotecas; a missão e gestão da biblioteca universitária e a adoção de mídias sociais nas bibliotecas universitárias. Na seção 5 deste trabalho analisam-se os resultados encontrados ao longo da pesquisa seguidos da apresentação do produto final (guia de Boas Práticas em Mídias Sociais para Bibliotecas Universitárias) na sexta seção. As conclusões e considerações finais estão na sétima e última seção do presente trabalho.

2 OBJETIVOS

A pesquisa tem como objetivo geral preparar um guia que estabeleça orientações que auxiliem o bibliotecário, que atua em bibliotecas de universidades públicas, na utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

Como objetivos específicos, este trabalho se propõe a:

- A. Identificar as bibliotecas pesquisadas, bem como sua forma de organização acadêmica e sua estrutura organizacional;
- B. Averiguar como é realizada a publicação de conteúdo nas mídias sociais que a biblioteca participa;
- C. Identificar se as bibliotecas do universo analisado possuem normas ou regras documentadas para a publicação de conteúdo nas mídias sociais em que atuam;
- D. Acessar e analisar os documentos sobre uso de mídias sociais das bibliotecas;
- E. Verificar se estes documentos estão de acordo com a missão da Universidade;
- F. Buscar cases de sucesso na utilização de guias de 'Boas práticas em mídias sociais' de organizações privadas;
- G. Analisar as orientações para atuação em mídias sociais do Governo Federal brasileiro.

Os objetivos específicos D, E, F e G estão diretamente relacionados a elaboração do Produto Final que este trabalho se propõe, o guia de Boas Práticas em mídias sociais para BUs.

3 METODOLOGIA

Este trabalho tem como objetivo principal a preparação de orientações que contenham boas práticas para o uso de mídias sociais, com foco nas BUs, que será construído a partir de um estudo analítico dos documentos existentes nas bibliotecas investigadas, o Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais do Governo Federal brasileiro e guias de Boas Práticas em mídias sociais que já existem em Organizações privadas brasileiras. A intenção é a de analisar os documentos selecionados, a fim de verificar os elementos necessários para a formulação de orientações para a publicação de conteúdo em mídias sociais, de forma que ele contemple as melhores práticas para funcionários das Bibliotecas no uso das mídias sociais para a comunicação com seus usuários.

Apesar dessa pesquisa ter tido início em 2011, ao longo desses anos foram desenvolvidos e publicados outros trabalhos com temática similar. Dentre estes, a dissertação de Jorge Prado, intitulada “Presença digital de bibliotecas universitárias: diretrizes para o uso de mídias sociais”, defendida durante o período em que esta dissertação estava sendo escrita, em 2015, no Mestrado Profissional em Gestão de Unidades de Informação (UDESC - Universidade do Estado de Santa Catarina), e cuja proposta é bastante similar à que tínhamos traçado no início dessa pesquisa. O objetivo inicial era preparar um manual que estabeleceria diretrizes que auxiliariam o bibliotecário a construir políticas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais. A proposta foi alterada no decorrer da pesquisa, entretanto, cabe ressaltar que houve constante diálogo com o trabalho citado e com outros que versam sobre o tema. Por se tratar de um estudo que tem como alicerce uma pesquisa de iniciação científica, alguns dados da investigação foram resgatados, e atualizados. Para fins do presente estudo foram utilizadas as seguintes etapas metodológicas:

- a) delimitação do universo da pesquisa
- b) revisão de literatura
- c) seleção de variáveis
- d) construção do modelo de coleta de dados
- e) coleta de dados

- f) análise e interpretação dos dados coletados
- g) resultados e discussão
- h) construção do Produto Final
- i) considerações finais

Optou-se por fazer um recorte no universo total da pesquisa inicial, cuja abrangência era o território nacional como um todo. Deste modo delimitou-se como campo empírico as BUPs do Estado do Rio de Janeiro. A motivação para este recorte se deu pelo intuito de trazer alguma contribuição para a região em questão, tendo em vista que podemos nos considerar parte dos atores ligados a este contexto.

A etapa de revisão da literatura, foi realizada a fim de proporcionar um embasamento teórico ao trabalho. Para dar suporte a esta etapa foi realizado um levantamento bibliográfico a partir da seleção prévia de um conjunto de fontes de informação das áreas de Biblioteconomia, Ciência da Informação (CI) e Educação, abrangendo as seguintes tipologias documentais: livros, teses e dissertações, artigos de periódicos e apresentações em anais de eventos.

A pesquisa bibliográfica teve como estratégia de busca os termos: bibliotecas universitárias; organização de bibliotecas universitárias; administração de bibliotecas universitárias; ensino superior no Brasil; universidades brasileiras; mídias sociais e bibliotecas universitárias; web 2.0; marketing em bibliotecas; marketing digital e bibliotecas universitárias. Alguns dos livros utilizados foram encontrados no acervo da Biblioteca Central da Universidade Federal Fluminense (UFF) através de seu catálogo online e também no acervo da Biblioteca Parque de Niterói, os outros livros foram encontrados disponíveis na Web. Teses e dissertações foram encontradas na BDTD (Biblioteca Digital de Teses e Dissertações) do Núcleo de Documentação também da UFF e do IBICT. A base de dados utilizada para a pesquisa de artigos científicos foi a Base de dados Referenciais de artigos de periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI)², que reúne 38 periódicos nacionais impressos e eletrônicos das áreas de Biblioteconomia e de CI. Foram levantados também alguns artigos científicos encontrados em bases internacionais, a saber: Library Literature and

² Endereço eletrônico: <http://www.brapci.ufpr.br/>

Information Science; ScienceDirect e Social Sciences através do acesso pelo Portal de Periódicos da CAPES, assim como em Repositórios Institucionais de Universidades brasileiras. Os textos de apresentações em eventos foram encontrados nos anais dos Seminários Nacionais de Bibliotecas Universitárias (SNBU).

Para orientar a pesquisa de forma a encontrar os melhores resultados selecionamos seis variáveis categóricas, que foram esquematizadas em um formulário (APÊNDICE A) do Google Forms³, e a partir da alimentação dos formulários foi gerada uma planilha com os dados, para análise. As variáveis categóricas utilizadas foram:

- a) Nome da Universidade
- b) Categoria administrativa
- c) Estrutura organizacional
- d) Quantificação de unidades de bibliotecas
- e) Coordenação do uso de mídias sociais
- f) Análise de conteúdo

A variável categórica (a) Nome da Universidade, faz parte da identificação da Instituição de Ensino Superior (IES) a qual as bibliotecas pertencem. Logo, é um item que também identifica as próprias bibliotecas.

O item (b) Categoria administrativa, se refere ao tipo de organização acadêmica de acordo com a dependência administrativa da Instituição a qual a biblioteca pertence, como: Instituição Federal, Estadual ou Municipal. Esta categoria está baseada na classificação feita pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) no Censo da Educação Superior.

A variável (c) Estrutura organizacional, trata da forma como as bibliotecas se estruturam e funcionam enquanto organizações, ou seja, se elas estão organizadas de forma centralizada ou descentralizada, através de sistema de bibliotecas, bibliotecas descentralizadas ou bibliotecas isoladas. O termo “estrutura organizacional” foi encontrado na literatura

³ Formulário Google é uma ferramenta online para coletar e organizar informações, disponível na Web através do link: <https://www.google.com/forms/about/>

especializada na área (MACIEL; MENDONÇA, 2000. VARGUES; CALIXTO; BASÍLIO, 2012).

O item (d) Quantificação de unidades de bibliotecas, faz parte ainda da identificação da estrutura organizacional das bibliotecas e verifica quantas unidades bibliotecas existem em cada universidade.

A variável categórica (e) Coordenação uso de mídias sociais, identifica se as bibliotecas participam de mídias sociais na internet, e ainda se possuem regras ou políticas para a utilização destas ferramentas.

O item (f) análise de conteúdo, foi a técnica documental selecionada para analisarmos os documentos sobre utilização de mídias sociais (documentos das bibliotecas, guias de Boas Práticas de organizações privadas e Manual para atuação em mídias sociais do Governo Federal). Este método está baseado em Bardin (1997), que apresenta como objetivo da análise de conteúdo “a manipulação de mensagens [...] para evidenciar os indicadores que permitam inferir sobre uma outra realidade que não a da mensagem” (BARDIN, 1997, p. 46), organizada em três etapas: a pré-análise; a exploração do material e o tratamento dos resultados. Na primeira etapa, contato inicial e superficial com os documentos selecionados, foi realizada esquematização dos indicadores que conduziram a avaliação da documentação. Na etapa seguinte, foi realizada uma organização destes indicadores, através de análise mais aprofundada do material. Na terceira etapa foi realizada a interpretação dos resultados, tangível como os elementos selecionados como fundamentais para compor o nosso Produto final, o guia de Boas Práticas em mídias sociais para bibliotecas universitárias.

Na etapa de construção do modelo de coleta de dados optou-se por utilizar questionários que seriam enviados diretamente para todas as unidades de bibliotecas das universidades públicas do Rio de Janeiro. Como estratégia para verificar a funcionalidade do modelo elaborado para a pesquisa, foi aplicado um questionário piloto como pré-teste. Quivy e Campenhoudt (1995) advogam que após a elaboração do instrumento de coleta de dados, deve-se testar o mesmo junto a um pequeno grupo de indivíduos pertencentes ao público-alvo do estudo. Para os autores, assim como para Goldenberg (2004, p. 88), este pré-teste serve para que possamos detectar quaisquer dificuldades que apareçam durante sua aplicação, como questões deficientes, algum esquecimento, ambiguidades etc. O grupo selecionado para a

aplicação do questionário piloto foi escolhido devido a facilidade de contato, pois eram colegas do curso de Pós-graduação⁴ que atuam em bibliotecas das Universidades analisadas. Desta forma, o questionário foi enviado para nove colegas Bibliotecários. Obteve-se oito respostas. Após receber alguns feedbacks no pré-teste e analisar a funcionalidade de aplicar o questionário em cada unidade de biblioteca pesquisada, verificou-se a necessidade de reformulação no instrumento de coleta de dados, bem como da amostra em que este seria aplicado. Decidimos então realizar entrevistas diretamente com os gestores (coordenadores, diretores de Sistemas, chefes, etc.) das bibliotecas, entendendo que esta seria uma estratégia mais eficiente para chegarmos aos objetivos da pesquisa. Entretanto, devido a diversos percalços (como greves, paralisações, dificuldades em encontrar disponibilidade na agenda, limitação geográfica e outros) durante o período selecionado para a coleta destes dados (dezembro/2015 – janeiro/2016) tivemos que adaptar a entrevista às necessidades do grupo e a forma encontrada que abrangeu a todos foi enviar as perguntas através de e-mail, caracterizando o instrumento não mais como entrevista, mas sim como um questionário.

O questionário enviado também apresentou algumas vantagens que condizem com os objetivos deste estudo. Seguindo o pensamento de Goldenberg (2004, p. 88) os benefícios que encontramos ao aplicar o questionário foram:

- menos dispendioso;
- exige menor habilidade para a aplicação;
- pode ser enviado por e-mail ou entregue em mãos;
- pode ser aplicado a um maior número de pessoas ao mesmo tempo;
- menor pressão para uma resposta imediata, o pesquisado pode pensar com calma, além de conseguir encaixar em seu expediente com maior flexibilidade.

Outro método para coleta de dados foi a análise de informações encontradas nos ambientes virtuais das bibliotecas analisadas e também através da atualização de dados coletados anteriormente, ao longo da pesquisa já realizada. O

⁴ Mestrado Profissional do Programa de Pós Graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

quadro a seguir apresenta uma esquematização da relação entre as variáveis categóricas com os objetivos da pesquisa e método utilizado na coleta dos dados.

Quadro 1: Variáveis categóricas vs. Objetivos da pesquisa vs. Coleta de dados

Variáveis categóricas	Objetivos da pesquisa	Método de coleta de dados
Nome da Universidade	Identificar as bibliotecas estudadas.	Visita a ambientes virtuais
Categoria administrativa	Identificar as bibliotecas no âmbito de sua organização acadêmica, ou seja, a que tipo de Universidade pública pertence (federal, estadual ou municipal).	Visita a ambientes virtuais
Estrutura organizacional das bibliotecas	Identificar a estrutura organizacional das bibliotecas, ou seja, como elas se organizam enquanto organizações (sistema de biblioteca, bibliotecas descentralizadas, bibliotecas isoladas).	Questionário
Quantificação de unidades de bibliotecas		Visita a ambientes virtuais e/ou questionário
Coordenação do uso de mídias sociais	Averiguar como é realizada a publicação de conteúdo nas mídias sociais que a biblioteca participa.	Questionário
	Identificar se as bibliotecas do universo analisado possuem políticas documentadas para a publicação de conteúdo nas mídias sociais em que atuam.	Questionário
Análise de conteúdo	Verificar se estes documentos estão de acordo com a missão da Universidade.	Políticas para uso de mídias sociais de bibliotecas universitárias
	Buscar cases de sucesso na utilização de guias de 'Boas	Guias de Boas Práticas de Organizações privadas brasileiras

	práticas em mídias sociais’.	
	Analisar as orientações para atuação em mídias sociais do Governo Federal brasileiro.	Manual de Orientação para Atuação em Mídias Sociais do Governo Federal

Fonte: elaborado pela autora

Após a coleta de dados, foram feitas as análises das variáveis, incluindo a análise de conteúdo do material sobre o uso de mídias sociais (das bibliotecas, organizações e do Governo Federal).

Feitas as análises e discussão dos resultados, partimos para a construção do Produto Final que traz orientações para uso e publicação de conteúdo em mídias sociais para BUPs, o guia “Boas Práticas em mídias sociais para Bibliotecas Universitárias”.

4 PERSPECTIVAS TEÓRICAS

Nesta seção serão apresentadas as perspectivas teóricas utilizadas na fundamentação e contextualização da pesquisa, como o histórico das universidades e de suas bibliotecas, a gestão das BUs e a importância do marketing digital e inserção de mídias sociais nas bibliotecas universitárias.

4.1 BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA E UNIVERSIDADE NO BRASIL

Em 2014 foi realizada uma audiência pública⁵ no Senado Federal sobre a criação de bases legais para a conceituação de Biblioteca como centro de gestão do conhecimento, essencial para a construção e preservação da cultura do país. No debate, a Prof^a. Dra. Marta Lígia Pomim Valentim (USP) aborda, dentre outras, a conceituação de Biblioteca Universitária e a define como sendo uma unidade de informação que faz parte do contexto acadêmico e administrativo de uma Instituição de Ensino Superior (IES), atuando como alicerce da construção e apropriação do conhecimento necessário ao processo de ensino-aprendizagem. Em sua apresentação, Valentim (2014) faz referência às definições formuladas em uma Reunião⁶ realizada em 2013, entre a Comissão de Especialistas em Bibliotecas Universitárias do Conselho Federal de Biblioteconomia (CFB) e o INEP, como atividades necessárias à Biblioteca Universitária para que ela esteja em consonância com o principal fundamento do sistema universitário, o tripé – ensino, pesquisa e extensão e consiga atender suas demandas:

⁵ A audiência foi realizada pela Comissão de Educação, Cultura e Esporte (CE), requerida pelo então Senador Cristovam Buarque, a fim de orientar a CE na elaboração de um projeto lei que tipifique, conceitue e norteie o estabelecimento e manutenção das bibliotecas brasileiras. A pauta da audiência pode ser acessada através do link: <http://www.senado.gov.br/senado/alosenado/default.asp?s=v&a=va&r=2768>

⁶ Parceria realizada entre o CFB e o INEP com o objetivo de otimizar o processo de avaliação das bibliotecas das IES. Para maiores detalhes, ver o Boletim Especial publicado pelo CFB, através do link: <http://www.cfb.org.br/UserFiles/File/Boletim%20Especial%20CFB.pdf>

Quadro 2: Atividades necessárias à BU

Atividades da BU
✓ Desenvolver e implementar políticas de informação para a IES;
✓ Suprir as demandas específicas dos cursos de graduação e pós-graduação oferecidos pela IES;
✓ Adquirir, tratar, organizar, gerenciar e disseminar materiais bibliográficos em diferentes mídias [impresso eletrônico e digital], bem como disponibilizar fontes de informação que atendam às necessidades informacionais da comunidade universitária que compõe a IES;
✓ Propiciar espaços de estudo, leitura, pesquisa, lazer e etc. à comunidade universitária que compõe a IES;
✓ Desenvolver competências em informação na comunidade acadêmica;
✓ Gerenciar a produção do conhecimento acadêmico, científico, tecnológico, cultural, artístico, entre outros, em suas diversas formas;
✓ Proporcionar a satisfação do usuário em suas distintas demandas informacionais.

Fonte: CFB.COMISSÃO ESPECIALISTAS (2013, *apud* VALENTIM, 2014)

Ao revisitar a literatura, verifica-se que está em voga a necessidade de adaptação das bibliotecas às mudanças, frente as novas demandas da sociedade. Tendo em vista que as BUs estão envolvidas em um ambiente imerso em informação, em processo de produção de conhecimento e constante atualização, torna-se fundamental que os bibliotecários das mesmas estejam envolvidos no âmbito acadêmico e inteirados das necessidades da comunidade universitária, para que as bibliotecas estejam plenamente inseridas e adaptadas ao seu campo de atuação.

De acordo com Lubisco (2010, p.3) as bibliotecas, em particular as universitárias, estão passando por grandes mudanças devido a dois cenários encontrados na chamada Era da informação: o cenário socioeconômico que caracteriza-se por este novo modelo social chamado de Sociedade da Informação⁷ e possui como atributo o fenômeno da globalização, a informação com valor econômico e a importância das Tecnologias de Informação e do Conhecimento (TICs) no cotidiano da sociedade como um todo e também o cenário universitário que leva as BUs a encararem novos desafios, como a adaptação de seus serviços (chamados “tradicionais”) às novas necessidades dos usuários, a gestão da informação digital; problemas concernentes aos direitos autorais e o direito do cidadão em ter acesso à informação.

A principal transformação desta Era é a mudança tecnocientífica dos fluxos de informação, que permite um aumento no compartilhamento de cultura, conhecimento, saberes etc., entre as pessoas. De acordo com a autora supracitada, “não serão os mais fortes, nem os maiores que vão sobreviver e sim os que forem mais maleáveis a mudanças” (TARAPANOFF, 1997 apud RUSSO, 2003, p. 3).

Uma preocupação que vem sendo falada há alguns anos e tem relação com a necessidade de adaptação das bibliotecas às novas demandas, é a hipótese do fim das bibliotecas.

Na opinião de personalidades conceituadas como Bill Gates (1995), fundador e proprietário da Microsoft Inc. e Nicholas Negroponte (1995) quando diretor do Massachusetts Institute of Technology – MIT, a informação fluirá para onde quer que o interessado esteja, bastando que este esteja acessando uma *workstation* conectada a uma rede de comunicação de dados. Por outro lado, países como a França e a Inglaterra estão investindo em novos e enormes edifícios para abrigar suas bibliotecas nacionais, edifícios esses que parecem representar mesmo a antítese da biblioteca sem muros que alguns autores acenam. (VERGUEIRO, 1997, p. 93).

Existe muita especulação em torno desta hipótese. Alguns autores como Bill Gates e Negroponte, supracitados por Vergueiro e lembrados por Russo (2003, p.3), acreditam que a informação chegará através do acesso à internet, outros acreditam que a biblioteca tradicional será substituída pela biblioteca eletrônica, em contrapartida, autores como Russo (2003, p.3) afirmam que a biblioteca tradicional não sucumbirá, desde que ela atenda às exigências e

⁷ Sociedades nas quais os principais processos de produção de conhecimentos, produção econômica, poder político e militar, além da comunicação através de mídias, são totalmente transformados pelo “paradigma informacional e conectados às redes globais de riqueza, poder e símbolos que funcionam sob essa lógica” (CASTELLS, 1999, p.38).

demandas atuais, oferecendo uma composição de produtos e serviços impressos e eletrônicos que otimizem as peculiaridades de cada suporte. De acordo com a autora isto também é válido para as BUs.

Organizar e gerenciar essa “nova biblioteca universitária” consiste em um desafio para o profissional bibliotecário, que deve buscar se qualificar de acordo com as necessidades desse novo ambiente informacional, de modo a tornar cada vez mais efetivo o desempenho das unidades de informação, ampliando e melhorando a imagem dessas organizações. **Só assim poderão conquistar e manter o respeito da sociedade e, conseqüentemente, o apoio governamental merecido.** (RUSSO, 2003, p. 3, grifo da autora)

As BUs tem sido cada vez mais exigidas diante do crescimento exponencial das universidades brasileiras, quer seja pelo aumento do ingresso de discentes e da capacitação de docentes que geram uma intensificação na produção de conhecimento e busca por informação, no ensino, na pesquisa ou na extensão, quer seja pelo avanço das TICs. Essas transformações demandam atitudes mais dinâmicas e participativas, que acompanhem as mudanças no âmbito educacional e o progresso da Ciência e Tecnologia (C&T).

Para compreender melhor a atual conjuntura das BUs considera-se importante analisar os aspectos históricos, políticos, sociais e culturais na construção destas bibliotecas, porque estes aspectos têm influência direta sobre a atuação das BUs e de seus bibliotecários hoje. Estes aspectos devem ser analisados a partir da Universidade a qual a BU pertence.

Tarapanoff (1982, p. 74) afirma que a biblioteca universitária brasileira reflete inteiramente as características da universidade a qual reporta, e que não possui autonomia enquanto organização. Para que a BU não se torne obsoleta, a autora supracitada advoga que deve-se acompanhar imediatamente as mudanças que ocorrem na instituição de ensino, já que “as características da universidade, tais como se apresentam na descrição de suas funções, estrutura, grau de autonomia, influências que recebe do meio ambiente, etc., irão refletir na biblioteca universitária.” (TARAPANOFF, 1982, p. 74).

As universidades são organizações cunhadas dentro de uma estrutura social que faz parte de um subsistema da sociedade. Tarapanoff (1982, p.77) advoga que sendo parte de um subsistema social, as universidades têm como principal característica serem organizações a serviço do homem, ou seja, estão diretamente ligadas às pessoas de um determinado contexto social. A biblioteca universitária está inserida neste sistema, dando suporte à função social da universidade a qual pertence.

De acordo com Russo (2003, p.1) as bibliotecas universitárias no Brasil surgem junto com a criação das universidades brasileiras, que são designadas a suprir uma demanda por formação educacional, nos polos de concentração populacional. “[...] pode-se dizer que a função tradicional da universidade brasileira tem sido exclusivamente a de mantenedora de valores. Sua ênfase era dada ao treinamento de uma elite, cuja função principal era a manutenção de uma ordem social existente”, denota-se então que a BU oferece suporte à função social da universidade na manutenção de valores em uma parcela da sociedade (TARAPANOFF, 1982, p.74). As BUs não são autônomas, elas estão diretamente ligadas aos centros de custo, bem como à missão da universidade. Tarapanoff (1982, p.77) entende que a universidade processa conhecimento e pessoas, e a biblioteca serve como um serviço suporte no processo de ensino, pesquisa e extensão da instituição ofertando informação, considerada pela autora como a matéria-prima da biblioteca. Toda gestão e organização da BU deve estar em consonância com a universidade a qual ela serve, desde a criação de objetivos, metas, missão e gastos orçamentários.

A biblioteca de pesquisa não é independente da missão da sua instituição de origem. Não é inteiramente livre para definir e alterar suas metas e objetivos. Éla é um centro de custo dentro da academia não uma entidade de geração de receita. Muitas vezes, é o destinatário de instruções e limitações específicas ditadas pela universidade a qual fornece seus serviços. Devido a estas diferenças, a gama de respostas que os gestores dessas bibliotecas podem reunir para encarar os desafios e riscos são consideravelmente limitadas em relação a suas contrapartes na indústria privada. (MICHALKO; MALPAS; ARCOLIO, 2010, p. 5, tradução nossa)

Destarte, a próxima seção será dedicada ao contexto de criação das Universidades no Brasil, a fim de compreender a concepção das bibliotecas universitárias brasileiras.

4.1.1 Sobre as Universidades brasileiras: um olhar a partir dos processos de construção da autonomia universitária

Há precedentes históricos do surgimento do ensino superior no Brasil desde o período colonial, em que os Colégios Jesuítas concediam graus universitários de bacharelado e de mestre em artes (ou filosofia) e teologia (CLOSS, 2002, p.170). De acordo com o sociólogo e pesquisador no campo da Educação, Luiz Antonio Cunha (1989, p.10), a Companhia de Jesus operava em oito colégios e oferecia seis cursos superiores com cerca de 300 alunos. Após a

expulsão da Companhia de Jesus do reino português e de suas colônias, em 1759, houve uma dissolução do sistema de ensino operante. Dessa forma, o ensino superior passou por meio século de completa desestruturação, até o momento da transferência da corte portuguesa para o Brasil, em 1808. Não havia interesse político na criação de universidades no Brasil, tendo em vista que a concepção das mesmas poderia ser prejudicial à universidade da metrópole - a Universidade de Coimbra.

Com a chegada da sede portuguesa este quadro começa a mudar. É dado início a criação de cursos superiores isolados, com o intuito de formar profissionais liberais, que atendessem às necessidades da corte. “O ensino superior, recriado em 1808 e completado no primeiro reinado, foi estruturado em estabelecimentos isolados. Desde aquela época, entretanto, sucessivas tentativas procuravam reuni-los a universidade” (CUNHA, 1980, p. 64). Apesar das inúmeras tentativas desde o período imperial, a criação da primeira universidade no Brasil aconteceu formalmente somente na primeira república, no início do século XX, A Universidade do Rio de Janeiro é então criada através do Decreto nº 14.343, em 7 de setembro de 1920.

Após o Golpe de 1930, é instituído um governo com maior concentração de poder no Estado. Neste sentido, para representar a função educativa do governo, Getúlio Vargas cria o Ministério da Educação e Saúde Pública, que reúne órgãos para administrar o ensino primário e secundário, a formação de professores e o ensino técnico. O ensino da religião Católica é reintroduzido ao sistema de ensino, com a missão de formação do caráter humanista da elite, a quem a educação era destinada.

Em 1931, é aprovado por decreto o primeiro Estatuto das Universidades Brasileiras, que fornece deliberações sobre o ensino superior, onde a universidade passa a ser considerada a “forma preferencial do ensino nesse nível” (CUNHA, 1989, p. 14). Em meio às diversas resoluções, o Estatuto definia, entre outras coisas, que as universidades poderiam ser de caráter oficial (federal, estadual ou municipal) ou livre (particular).

As universidades possuíam uma autonomia relativa, existia um forte controle do Estado sobre alterações didáticas e administrativas, sendo necessária prévia aprovação do Governo e do Conselho Nacional de Educação. Esta situação se tornou ainda mais acentuada durante o Estado Novo. Com uma nova postura política, o governo federal passou a controlar incisivamente as tomadas de decisão em todos os domínios das universidades de forma autoritária e radical.

Apesar de limitada, a autonomia universitária é reavida após a deposição de Vargas da presidência da república, em 1945. Com a promulgação da Lei nº 4.024, a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), prevista 14 anos antes pela Constituição liberal-democrática de 1946, fica definido que as universidades passam a ter autonomia didática, administrativa, disciplinar e financeira para atuarem, de acordo com seus estatutos. Contudo, os novos estatutos e regulamentos reformulados de acordo com a nova lei eram submetidos à aprovação do Conselho Federal de Educação, que era composto por membros nomeados pelo Presidente da República. Outro fator limitador desta autonomia, sem dúvida, foi o golpe de Estado em 1964 que “revelou a vulnerabilidade da universidade em uma extensão desconhecida até mesmo na época da ditadura de Vargas” (CUNHA, 1989, p. 24). O novo regime logo determinou a restrição da autonomia garantida pela LDB.

Com a ditadura militar houve grande intervenção e controle por parte do Governo na administração das universidades brasileiras. Entretanto foi um período de muitos acontecimentos que tiveram grande influência na reorganização do Ensino Superior brasileiro. De acordo com Silva (2010, p. 8) o regime possuía como característica uma necessidade intensa de controle do sistema educacional, através de uma compreensão do Estado como sendo tecnocrático-civil-militar, onde a base das diretrizes do governo estava na Ciência. Ao revisitar a literatura percebe-se então, este como um marco histórico no desenvolvimento das universidades. Cunha (1989, p.25) afirma que a força da ditadura também foi empregada para a modernização das universidades, que passaram por reformulações estruturais baseadas nos princípios de administração científica do Taylorismo⁸.

Em 1965, o Ministério da Educação (MEC) e a Agência norte-americana para o Desenvolvimento Internacional, a USAID, realizam um acordo a fim de elaborar planos de desenvolvimento para o sistema de ensino superior brasileiro. Esta união entre o MEC e a USAID tem como resultado algumas constatações sobre problemas estruturais e administrativos nas IES. Um dos pontos analisados foram as bibliotecas, consideradas fora do padrão regular. Estas verificações tiveram como consequência a implementação da Reforma Universitária em novembro de 1968, financiada pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e aprovada no Congresso Nacional através da Lei 5.540/68.

A reforma do ensino superior, de acordo com Cunha (1989, p. 40) anunciou uma certa

⁸ Modelo de administração de empresas desenvolvido por Frederick Taylor (1856-1915).

preferência pelas universidades federais como forma de organização por excelência dentre as outras IES (universidades estaduais, privadas, estabelecimentos isolados), que passaram a ser determinadas como transitórias. Desta maneira, as orientações para universidades federais, instituídas pelo governo através da Lei da Reforma Universitária, se estenderam aos modos de organização das outras formas de IES. A lei apresentou rigorosas normas direcionadas para a reestruturação das universidades brasileiras baseada no modelo norte-americano de universidade.

A reforma instituiu a indissociabilidade do tripé ensino, pesquisa e extensão, estabelecendo estas como atividades complementares e dependentes uma das outras. Cunha (1989, p. 69) afirma que não basta declarar estas três atividades como objetivos indissociáveis da universidade, mas sim hierarquizá-los, dessa forma

[...] a prestação de serviços (impropriamente chamada de extensão), deve estar subordinada ao ensino e à produção acadêmica. Sem isso, o resultado é a redução da universidade a outro tipo de instituição. Se a produção acadêmica (de ciência, cultura e tecnologia) não tiver suficiente prioridade e amplitude (universalidade de campo), podemos até ter ensino superior, como o das faculdades isoladas, mas não universidade. Se a prestação de serviços (extensão) desligar-se da produção acadêmica e do ensino, teremos um serviço governamental de assistência social (saúde, desfavelamento, alfabetização) ou uma agência de fomento às empresas (treinamento de pessoal, projetos, assistência técnica). (CUNHA, 1989, p. 71)

Logo após a instauração da reforma universitária houve uma privatização do ensino superior com uma expansão do setor privado através da criação de inúmeras faculdades isoladas. Segundo Olive (2002, p. 40), no ano de 1981 existia no Brasil 65 universidades contra mais de 800 estabelecimentos privados isolados, entretanto estas novas faculdades isoladas possuíam o ensino como atividade exclusiva. Foi o setor público o responsável pelo desenvolvimento das atividades de pesquisa e pós-graduação, considerado hoje como sistema de referência entre os países desenvolvidos. De acordo com Olive (2002, p. 42), com a redemocratização política a partir de 1985, ocorreu uma nova dinamização do sistema de ensino superior brasileiro. Um exemplo desta nova dinâmica foi a promulgação da Constituição Federal Brasileira (CF) de 1988, que estabeleceu:

- Um valor mínimo de 18% da receita anual da União para o desenvolvimento do ensino;
- Gratuidade de ensino público em todos os graus, em estabelecimentos oficiais;

- Pagamento igual para as mesmas funções e aposentadoria integral para funcionários federais, através do Regime Jurídico Único;
- A reafirmação da indissociabilidade das atividades de ensino, pesquisa e extensão nas universidades, assim como da autonomia universitária.

Como efeito da CF, foi instaurada uma nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira, em 1996. A LDB de nº 9394/96 ocasionou um processo de institucionalização da pesquisa nas universidades, ao instituir um sistema de avaliação periódico dos cursos de graduação e das IES e estabelecer a necessidade de o corpo docente de cada instituição ser composto por no mínimo um terço de professores com titulação (mestre ou doutor) e ainda que um terço destes esteja contratado em tempo integral. Estas alterações se tornaram critérios básicos para que uma instituição venha a ser considerada uma universidade e, “[...] portanto, gozar de autonomia para abrir ou fechar cursos, estabelecer número de vagas, planejar atividades etc.” (OLIVE, 2002, p. 42). A avaliação periódica citada anteriormente é realizada pelo MEC, que além de avaliar a qualidade do ensino através dos conhecimentos dos alunos, avalia também toda a estrutura da IES, incluído os laboratórios, os docentes e as bibliotecas.

No ensaio “Perspectivas da universidade brasileira”, Bastos (2002, p. 162) traz reflexões sobre a situação da universidade brasileira e dentre alguns desafios citados pela autora está a necessidade de uma articulação copiosa entre as funções da universidade (ensino, pesquisa, e extensão), como visto anteriormente, há uma supremacia de uma sobre as outras, e uma clara distinção entre o destaque que as instituições públicas e privadas apresentam destas funções, em que a primeira enfatiza a pesquisa, a segunda dá ênfase ao ensino, e a extensão, por sua vez, é vista em uma perspectiva assistencialista como uma “abertura social”. Para a autora é imprescindível que a extensão seja entendida como uma mediação entre a sociedade e a universidade.

Nesta perspectiva a autora ressalta a necessidade de encarar com seriedade e urgência as bibliotecas universitárias, já que são elas o “centro nevrálgico” da universidade, onde são realizados estudos, pesquisas e reflexões. Todo esse processo de aprendizado que ocorre na biblioteca é utilizado no desenvolvimento dos cursos de graduação e pós-graduação das universidades.

Analisar o histórico das universidades no contexto brasileiro, pelo prisma da autonomia universitária e seu tripé (ensino, pesquisa e extensão), bem como de suas

bibliotecas é importante para compreender suas práticas sociais atuais e entender qual o lugar destas instituições na sociedade brasileira e, principalmente, entender qual o lugar da biblioteca dentro da universidade.

A próxima subseção irá retratar sobre as BUs neste contexto histórico, sobre seu papel dentro das universidades no Brasil e sobre sua gestão.

4.1.2 Sobre as Bibliotecas Universitárias brasileiras

Como já citado, esta análise histórica sobre o desenvolvimento das universidades brasileiras, nos oferece uma base para entender a conjuntura social em que as bibliotecas universitárias brasileiras surgiram. Visto que a Reforma Universitária foi um período crucial na história das universidades, entende-se que foi também para as BUs. De acordo com Silva (2010, p.19) ocorreu neste período um grande ciclo de expansão estrutural no âmbito das BUs e também a consolidação de Cursos de Biblioteconomia voltados para a formação técnica, baseados na experiência americana. Ainda de acordo com a autora supracitada a origem do ideário neoliberal na década de 90, assim como a expansão da C&T durante o regime militar conformaram novas práticas nas universidades e, logo, em seus bibliotecários, que passaram a atuar com uma mentalidade voltada mais para o tecnicismo informatizado e para a gestão.

Neste contexto a biblioteca universitária é parte e resultado da sociedade na qual opera, refletindo as características gerais do país — o seu grau de desenvolvimento, sua tradição cultural e seus problemas e prioridades sócio-econômicas. [...]A universidade e a biblioteca universitária brasileiras são produtos da história social, econômica e cultural do país, bem como das características regionais brasileiras. (TARAPANOFF, 1981 p. 10)

As bibliotecas não foram citadas no conjunto de leis que compuseram a Reforma do Ensino Superior. Entretanto, apesar de não terem sido definidas normas ou diretrizes para a adaptação das BUs na Reforma Universitária, foram mencionadas recomendações nos trabalhos e relatórios oriundos da Reforma. Contudo estas recomendações não eram suficientes para acompanhar a expansão do ensino superior durante o regime militar e os avanços em Ciência e Tecnologia (C&T) e suas atividades direcionadas para a técnica, a pesquisa, o desenvolvimento de tecnologias de informação e a valorização da informação enquanto ciência.

Segundo Tarapanoff (1981, p. 19) ficou a cargo dos bibliotecários a interpretação e aplicação das leis da Reforma nas bibliotecas universitárias. A autora afirma que esta, dentre outras situações, acabou retardando todo o processo de adaptação das BUs sob a Reforma, tendo em vista que o bibliotecário ficou impossibilitado de ter uma atuação imediata.

A autora supracitada listou outros problemas que também impediram esta ação imediata dos bibliotecários no período pós Reforma, vejamos:

Quadro 3: Fatores que dificultaram a adaptação das BUs à Reforma Universitária

Fatores
1. a biblioteca universitária brasileira estava tradicionalmente ligada à faculdade isolada e à sua administração, fator que impedia a visão sistêmica;
2. o papel da biblioteca dentro do sistema tradicional de ensino brasileiro marginalizava a atuação da biblioteca nos objetivos da universidade, deixando-a com a função residual de preservação de acervo;
3. os bibliotecários não conheciam os objetivos da universidade;
4. os bibliotecários não possuíam informação sobre a situação das bibliotecas universitárias no Brasil, e até mesmo da situação das bibliotecas de uma mesma universidade;
5. os bibliotecários de universidade não tinham tradição de planejamento, ainda que experientes não sabiam planejar nem tampouco tiveram formação de planejadores;
6. falta de motivação para mudanças;
7. falta de consciência da importância da biblioteca dentro da universidade tanto da parte dos professores quanto dos bibliotecários.

Fonte: TARAPANOFF (1981, p. 19)

Diante deste cenário os bibliotecários começam a se articular, em busca de melhorias para suas bibliotecas. Surge uma iniciativa dos diretores das bibliotecas centrais para a formação de uma comissão nacional de estudos voltados para a resolução de problemas

relacionados ao desenvolvimento das bibliotecas universitárias do país. Desta maneira, em 1972, é formado o Grupo de Implantação da Comissão Nacional de Diretores de Bibliotecas Centrais Universitárias. Como resultado do grupo surge a Associação Brasileira de Bibliotecas Universitárias – ABBU.

Segundo Tarapanoff (1981, p. 19) a ABBU compreendeu a filosofia da Reforma e seus desafios, e se tornou a primeira associação nacional de planejamento bibliotecário, tendo como base os princípios de coordenação, centralização e cooperação.

Dentro deste mesmo contexto, surge a Comissão Brasileira de Bibliotecas Universitárias (CBBU) que se propõe a atuar junto às BUs, com a missão de “promover a formulação de políticas públicas em áreas de interesse, para incentivar a cooperação, o compartilhamento de serviços e produtos, a realização de projetos e pesquisas, a elaboração e editoração de documentos técnico-científicos e a organização de eventos” (COMISSÃO..., 2012) a fim de representar as BUs frente aos órgãos governamentais e toda comunidade científica do país. A CBBU foi idealizada durante o V Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias⁹, em 1987, quando percebeu-se através de recomendações que ocorriam nos relatórios finais dos SNBUs, a necessidade de um organismo que pudesse atuar, representando as BUs, em ações direcionadas ao desenvolvimento de propostas que promovessem melhorias aos ambientes destas bibliotecas, tendo em vista a crise econômica que se instaurou no país na década de 80.

Devido ao processo inflacionário e aos cortes nos orçamentos do Setor Público, as BUs ficaram em uma situação delicada, onde o desempenho de suas atividades acabou sendo prejudicado. Deste modo, elas começaram a buscar alternativas que as ajudassem a se fortalecerem diante deste quadro.¹⁰

De acordo com Russo (2003, p. 1) as BUs já vinham passando por uma crise desde a década de 1960. Desde então, além da CBBU, foram tomadas uma série de ações que visaram a criação e o fortalecimento de políticas públicas para a área, colaborando na tentativa de resolução dos problemas estruturais das BUs, como a resolução do Conselho Federal de

⁹ Eventos realizados a cada dois anos, desde 1978, com o objetivo de discutir temas que se propunham ao melhor desenvolvimento das BUs. (RUSSO, 2003, p.1)

¹⁰ Este cenário é algo que não ficou na história. A atual conjuntura política e econômica brasileira nos permite fazer um link com a crise na década de 1980, e pode ser demonstrado inclusive por alguns percalços que tivemos na realização de algumas coletas de dados nesta pesquisa devido a crise no serviço público do Estado do Rio de Janeiro.

Educação – CFE, de compreender a vinculação à uma biblioteca como um dos requisitos para a validação dos cursos das IES, em 1963; a implementação do Plano Nacional de Bibliotecas Universitárias (PNBU), em 1985 e a criação do Programa Nacional de Bibliotecas de Instituições de Ensino Superior (PROBIB), em 1986.

A criação do PNBU junto ao MEC e a SESu (Secretaria de Educação Superior) foi de suma importância para o desenvolvimento das BUs, pois além de garantir a devida atenção às reivindicações dos responsáveis pelas bibliotecas, ainda auxiliou na consolidação do Sistema Nacional de Bibliotecas Universitárias gerando um fortalecimento das BUs.

Yone Chastinet (1990, p. 4), mentora intelectual e primeira secretaria do PNBU, expõe que no ano de 1985, havia um vasto planejamento em C&T e pós-graduação ocorrendo no país. Existiam três Planos Básicos de Desenvolvimento Científico e Tecnológico; mais três Planos Nacionais de Pós-graduação; Ações Programadas em diversas áreas do conhecimento. Fora a decisão do MEC de assumir o desenvolvimento articulado das bibliotecas de IES como umas de suas prioridades. Verificou-se a necessidade da elaboração de um documento de política para as bibliotecas de IES que levasse em consideração todos estes fatos. O I PNBU, escrito em 1985, deveria então apresentar diretrizes e propostas de implementação para o desenvolvimento destas bibliotecas, baseado nas recomendações da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) de política e planejamento em bibliotecas. Após análise das versões preliminares pelas IES, pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) e pela Biblioteca Nacional (BN) é aprovado através de Portarias Ministeriais, em abril de 1984, o I Plano Nacional de Bibliotecas Universitárias, composto por 12 diretrizes e 46 ações, voltadas para a melhoria do ensino e pesquisa das IES.

Com a finalidade de garantir as condições necessárias para a implementação do PNBU é criado o PROBIB. O programa era constituído de um regimento, de uma Secretaria Executiva e de um Comitê Técnico Assessor – CTA (composto por membros do SESu, do PROBIB, da CAPES, do CNPq, da FINEP da BN, do IBICT, além de especialistas na área). O Comitê possuía a atribuição de assessorar a Secretaria Executiva no planejamento, além de acompanhar e avaliar as atividades do I PNBU.¹¹

¹¹ Para maiores detalhes sobre PNBU e PROBIB ver CHASTINET (1990)

4.1.2.1 A missão da Biblioteca Universitária

A nova LDB, assim como o Decreto nº 3.860/2001, classificam as instituições de Ensino Superior de acordo com suas atribuições e com seu modo de organização acadêmica, além de fornecer diretrizes para a avaliação dos cursos e suas instituições. O quadro a seguir apresenta um resumo sobre as classificações das IES, para que possamos entender a necessidade de distinção na caracterização e nos atributos de cada tipo de biblioteca de IES e assim focarmos nas BU, vejamos:

Quadro 4: Classificação das IES

<i>Universidades</i>	Instituições pluridisciplinares que caracterizam-se pela oferta regular e indissociável de atividades de ensino, de pesquisa e de extensão, devendo manter programas de mestrado e/ou de doutorado. As universidades possuem autonomia didático-científica, administrativa, de gestão financeira e patrimonial
<i>Universidades especializadas</i>	Instituições que concentram atividades de ensino e pesquisa em áreas básicas e aplicadas, organizadas por um campo do saber. Devem ser consideradas instituições de excelência em sua área de concentração para que possam ser credenciadas como tal.
<i>Centros universitários</i>	Instituições pluricurriculares, que abrangem uma ou mais áreas de conhecimento, que devem oferecer ensino de excelência, comprovadas pelo desempenho dos cursos, qualificação do corpo docente e condições de trabalho acadêmico. Os centros universitários possuem algumas prerrogativas de autonomia e não são obrigados a manter atividades de pesquisa e extensão.
<i>Centros universitários especializados</i>	Instituições que devem atuar numa área de conhecimento específico ou de formação profissional específica, pautadas pelas mesmas condições do item anterior.

<i>Centros de educação tecnológica</i>	Instituições especializadas, públicas ou privadas, de educação profissional pós-secundária com a finalidade de qualificar profissionais nos vários níveis e modalidades de ensino, para os diversos setores da economia, e realizar pesquisa e desenvolvimento tecnológico de novos processos, produtos e serviços, em estrita articulação com os setores produtivos e a sociedade, oferecendo mecanismos para a educação continuada. São os CET's e CEFET's (Centros de Educação Tecnológica e Centros Federais de Educação Tecnológica, respectivamente).
<i>Faculdades integradas, Faculdades</i>	Instituições com propostas curriculares em mais de uma área do conhecimento, organizada para atuar com regimento comum e comando unificado. Não precisam, necessariamente, desenvolver atividades de pesquisa e extensão.
<i>Faculdades isoladas</i>	Instituições que, normalmente, desenvolvem um ou mais cursos com estatutos próprios, porém divergentes entre eles.
<i>Institutos superiores de educação ou Escolas superiores</i>	Instituições de caráter profissional que visam à formação inicial, continuada e complementar para o magistério da educação básica.

Fonte: OLIVEIRA, 2002, p. 208; NEVES, 2002, p. 48.

Segundo Oliveira (2002, p. 209), estas definições (amparadas por leis e decretos) determinam os limites e as possibilidades de atuação de cada instituição, além de nortear seus modos de estruturação. Sendo assim, as bibliotecas se baseiam nestas definições legais das IES para determinarem seus atributos e escopos de atuação. Oliveira (2002, p. 209), apresenta um quadro com as características que classificam, identificam e singularizam as referências para atuação de cada tipo de biblioteca de IES, vejamos:

Quadro 5: Caracterização das bibliotecas de IES

Classificação	Referência para atuação		
	Pesquisa	Ensino	Extensão
Biblioteca Universitária			
Biblioteca Universitária especializada	Ensino em determinada área do conhecimento	Pesquisa em determinada área do conhecimento	

Biblioteca de Centros Universitários	Ensino de excelência		
Biblioteca de Centros Universitários Especializados	Ensino de excelência em determinada área do conhecimento ou formação profissional		
Biblioteca de Centros de Educação Tecnológica	Ensino profissionalizante, Educação continuada		
Biblioteca de Faculdades, Faculdades integradas, Institutos superiores	Ensino- formação Educação básica		

Fonte: OLIVEIRA, 2002, p. 209

Ainda de acordo com a autora supracitada, a biblioteca universitária é adotada como referência para todas as outras bibliotecas de IES, tanto no que diz respeito ao ensino da Biblioteconomia, como para os critérios de avaliação utilizados pelo MEC. Entretanto, devemos entender que cada biblioteca deve estar de acordo com as definições legais que distinguem cada tipo de IES. Sendo assim, “a missão de uma biblioteca de universidade difere da biblioteca de uma faculdade, que, por sua vez, difere da de uma biblioteca de centro universitário, nas exigências que estas devem atender.” (OLIVEIRA, 2002, p. 209).

Considerando a classificação das universidades como instituições que devem oferecer regularmente atividades de ensino, pesquisa e extensão, bem como programas de pós-graduação, pode-se considerar as BUs como componentes fundamentais na manutenção destas definições. Conseqüentemente sua missão deve estar em consonância com a missão da Universidade,

elas possuem a missão de prover a infra-estrutura bibliográfica, documentária e informacional para apoiar as atividades da Universidade, centrando seus objetivos nas necessidades de informação do indivíduo, membro da comunidade universitária. (TARAPANOFF, 1981 apud RUSSO, 2003, p.3, grifo nosso)

Em uma apresentação no II SNBU, em 1981, Kira Tarapanoff listou como devem ser

definidos os objetivos das BUs em função do tripé ensino, pesquisa e extensão. Passadas mais de 3 décadas, estes itens ainda estão bem atuais:

- 1) Os objetivos da biblioteca universitária devem ser determinados em relação às características intrínsecas da biblioteca universitária como uma organização e em relação aos fatores contextuais, tais como, estruturais, sócio-econômicos, culturais, geográficos, políticos, históricos e atuais da sociedade à qual pertence.
- 1) Característica intrínseca da biblioteca é o de uma organização sem autonomia própria, dependendo da Universidade à qual pertence.
- 2) Os objetivos e função da Universidade brasileira, de acordo com a Reforma Universitária 1968/69, estão norteando a biblioteca universitária de hoje.
- 3) Problema de como pode a Biblioteca Universitária responder às múltiplas funções e prover a necessária infraestrutura de informação bibliográfica, dentro do contexto da Reforma Universitária.
- 4) Necessidade de um órgão central, coordenador e divulgador — que interprete políticas, tendências e prioridades educacionais, técnico-científicas e socioeconômicas, e traduza estas tendências, formulando e divulgando a política da biblioteca universitária como também, a necessidade de órgãos regionais que interpretem as tendências regionais, identificando os seus problemas.
- 5) As atividades da Biblioteca devem visar o objetivo último: o desenvolvimento total do indivíduo.
- 6) Os objetivos da biblioteca devem ser essencialmente dinâmicos: eles devem representar as necessidades sempre renovadas da universidade à qual pertencem.
- 7) Os objetivos da biblioteca devem orientar toda a ação da biblioteca; conseqüentemente a estruturação e operacionalização da biblioteca deve ser formulada em relação a objetivos.

Vistas estas definições de Tarapanoff, entende-se que a BU deve definir seus objetivos levando em consideração características inerentes à biblioteca universitária como uma organização que está diretamente relacionada a um contexto da Universidade em que está situada, buscando atender as demandas de toda a comunidade acadêmica, sempre valorizando o desenvolvimento total do indivíduo. Estes objetivos devem estar sempre em consonância com as mudanças e atualizações que acontecem na Universidade, pois eles irão orientar toda a operacionalização da biblioteca.

4.1.2.2 Marketing digital para bibliotecas universitárias

Russo (2003, p. 3) advoga que na atualidade, as BUs não devem mais ser consideradas como elementos vitais para a Universidade, mas devem sim ser encaradas como um serviço eficaz para a instituição que busca preparar seu corpo docente e discente, pois a biblioteca é um portal que garante um contato de confiabilidade com o mundo de informações, na Era do Conhecimento. Portanto, é importante que sejam feitos investimentos em pessoal, acervo, produtos e serviços das BUs, para que elas possam se apresentar “como a Unidade de Informação perfeitamente integrada ao ambiente informacional deste século.” (RUSSO, 2003, p.3). Portanto é importante estar atento às novas tecnologias, como são as que se apresentam neste estudo.

Uma forma de promover estes investimentos realizados nas unidades de informação é através de ações de marketing, voltadas para a divulgação de seus novos produtos e serviços. O profissional da informação, atento ao mercado e visando enquadrar as bibliotecas no contexto atual (digital), pode gerenciar as atividades de marketing através de planejamento, monitoramento e avaliação de ações que a promovam. Mesmo em organizações sem fins lucrativos, como as bibliotecas de universidades públicas, a utilização do marketing como ferramenta para alcançar seus objetivos é funcional. Basta compreender como público alvo, não clientes como no setor privado, mas cidadãos. Kotler (2008, p. 23) afirma que o marketing funciona bem no setor público e garante que o marketing “acaba sendo a melhor plataforma de planejamento para uma agência pública que queira atender às necessidades do cidadão e que queira entregar valor real. A preocupação central do marketing é a produção de resultados que o mercado-alvo valoriza” (KOTLER, 2008, p.23), então se no setor privado o foco do marketing é a valorização e satisfação do cliente, no setor público o foco é a valorização e satisfação do cidadão.

Na prática, nas organizações privadas o foco no cliente lhes garante alcance da meta principal, a geração de lucro. Já nas organizações públicas o foco no cidadão tem como meta o alcance de objetivos como aumento no uso de serviços e produtos, o que resulta numa maior visibilidade e credibilidade da organização no setor (público). Para as bibliotecas universitárias os resultados de ações de marketing podem auxiliar na justificativa num momento de solicitação de recursos humanos e financeiros com a gestão da IES, por exemplo.

Uma estratégia interessante para um efetivo plano de marketing é a adoção de um

marketing interno, direcionado ao público interno, ou seja, aos funcionários. O endomarketing tem como objetivo motivar o funcionário a oferecer bem o serviço que a organização se propõe. De acordo com Kotler (2000, p. 44) “o marketing interno deve proceder o marketing externo. Não faz o menor sentido prometer um excelente serviço antes que o quadro da empresa esteja preparado para fornecê-lo”, assim os funcionários se sentem inseridos no plano estratégico, otimizando o serviço.

No caso das bibliotecas que criam ou promovem seus produtos e serviços na internet, através da utilização de mídias sociais, podem encarar como uma estratégia de endomarketing a utilização de um guia que forneça boas práticas e oriente os funcionários a alcançar e estreitar relacionamento com o público-alvo, como o que apresentaremos neste estudo.

O marketing digital é uma ferramenta que vem sendo cada vez mais abordada e utilizada por bibliotecários (MALGAREJO, 2007. ROCHA; RODRIGUES; RODRIGUES, 2013. BARBOSA; TEIXEIRA; VARELA, 2014. ARAUJO; SILVA; SILVA, 2016), pois além da interatividade e amplo alcance, é um instrumento que a princípio gera uma necessidade baixa de recurso financeiro e pessoal, “o custo do marketing digital utilizando essas ferramentas pode ser bem menor que as estratégias de marketing convencionais” (ROCHA; RODRIGUES; RODRIGUES, 2013, p. 4). Então as bibliotecas universitárias utilizam a tecnologia associada a seus produtos e serviços para realizar o marketing digital e se aproximar de seus clientes (ou os cidadãos), no caso da biblioteca de universidade pública, que são majoritariamente os estudantes, pesquisadores, funcionários e professores das IES. O que deve-se sempre ter em mente, de acordo com Kotler (2008, p. 25) é que as ações de marketing não são o mesmo que propagandas, mas sim ações que envolvem o público-alvo de modo que ele possa ser melhor atendido e assim melhorando o desempenho da própria biblioteca.

Abordaremos na próxima seção a inserção das Mídias Sociais nas BUs.

4.2 MÍDIAS SOCIAIS E BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA

Tem se tornado cada vez mais comum encontrarmos na literatura estudos sobre a utilização de ferramentas do ciberespaço¹² por bibliotecas. Em um trabalho apresentado no

¹² Para maiores informações sobre o tema ver Lèvy (1998)

XVIII SNBU, Calil Junior e Capello (2014) trazem à tona uma discussão que integra parte do estudo que deu origem à este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Os autores, citando Santos e Andrade (2010, p. 120), advogam que as plataformas tecnológicas da Web 2.0 podem proporcionar maior eficácia no envolvimento dos usuários de bibliotecas, pois a utilização de serviços 2.0 se torna fundamental para sua renovação, frente às exigências da sociedade atual. Eles acreditam que as bibliotecas deparam-se com uma nova geração de utilizadores *online* que possuem uma inteligência tecnológica própria e associam o acesso à informação e o seu uso em todas os setores de suas vidas.

Para Jack Maness (2007) as mudanças nos paradigmas da Web têm efeitos significativos para as bibliotecas, de acordo com Maness a aplicação das tecnologias e conceitos da Web 2.0 aos serviços e coleções de bibliotecas ficou conhecida como *Biblioteca 2.0*¹³. As ferramentas da Web 2.0 aplicadas ao contexto de uma biblioteca nos fornece diferentes formas de uso em seus serviços eletrônicos. Na primeira versão da Web (a Web 1.0) os usuários encontravam um ambiente estático somente de leitura, onde apenas o programador podia fazer modificações. Na Web 2.0 os usuários encontram um ambiente muito mais dinâmico, que permite a construção de conteúdo de forma coletiva e colaborativa.

As novas tecnologias em formato de aplicativos são dispositivos funcionais, em que cada ferramenta possui características peculiares que variam de acordo com sua função e com a necessidade do usuário que a utiliza (PRIMO, 2008). Entretanto elas possuem um propósito único que vai além de suas peculiaridades: servir como instrumento de participação dos usuários da plataforma 2.0. Alguns exemplos destas ferramentas são: Blogs; Mensagens instantâneas por qualquer via digital (SMS, Messenger, Snapchat, Whatsapp etc.); Serviços de localização, Microblogs (Twitter, Tumblr etc.); Serviços de compartilhamento de fotos (ex. Instagram, Flickr etc); RSS feeds; Redes sociais (Facebook, LinkedIn, MySpace etc.); Compartilhamento de vídeos (Youtube, Vimeo, Instagram); Wikis (Wikipedia, Pbwiki), dentre outras. Existem algumas denominações para tais dispositivos, como ferramentas 2.0; ferramentas colaborativas; ferramentas sociais; mídias sociais. Para fins deste trabalho optou-se por utilizar o termo *mídias sociais*¹⁴.

Estas ferramentas permitem alta interação e colaboração, além do compartilhamento

¹³ Michael Casey (2005) foi o primeiro a postar em seu blog “Library Crunch” sobre Biblioteca 2.0, desde então o termo vem sendo amplamente utilizado na literatura.

¹⁴ Para maiores detalhes ver Calil Junior; Córrea; Spudeit (2013).

simplificado de conteúdo e servem como base para que a BU contemporânea esteja atualizada de acordo com a comunidade a qual a universidade atua e com seu objetivo de oferecer suporte ao ensino e à pesquisa.

Tem se tornado cada vez mais necessário que as bibliotecas, sobretudo as universitárias, compreendam que as novas tecnologias vêm alterando as formas de criação, busca e processamento de informações. As bibliotecas devem perceber que acoplado à esta transformação, surgem novas necessidades e demandas nos usuários.

No artigo “A biblioteca universitária na encruzilhada”, Cunha (2010) apresenta os desafios enfrentados pelas BUs, dentre eles, as mudanças que vem ocorrendo nos produtos e serviços diante do cenário digital. O autor faz alusão aos ensinamentos de S. R. Ranganathan

[...] onde foi enfatizado o valor do tempo e a necessidade de poupar o tempo do usuário. Assim, cabe aqui o espírito da tripla injunção: “a cada livro o seu leitor”, “cada leitor o seu livro” e “poupe o tempo do leitor”. Neste contexto de ciberespaço, como os recursos se tornam mais abundantes e como o tempo se torna escasso é que precisamos adotar fielmente os sábios ensinamentos do Mestre Indiano. (CUNHA, 2010, p. 18)

Ainda de acordo com o autor supracitado a BU existe devido a prestação de serviços de atendimento (presencial ou virtual) no campus universitário. Para ele, à medida em que forem sendo utilizados serviços baseados nas ferramentas de mídias sociais, haverá um decréscimo no atendimento presencial, tendo em vista que a biblioteca 2.0 é voltada para o usuário e busca sempre aplicação das tecnologias baseadas em colaboração e interação. A implementação de aplicativos 2.0 é fundamentada em características de dispositivos já existentes na web, utilizando a inteligência coletiva e a colaboração para a criação de produtos e serviços para as bibliotecas. Vejamos alguns exemplos de como estes dispositivos podem ser ajustados aos produtos e serviços prestados pelas bibliotecas (CAPELLO, 2013):

1. *Serviço de referência virtual*: através de *mensagens síncronas* (mensagens instantâneas), onde os usuários podem se comunicar instantaneamente com o bibliotecário. Maness (2007, p. 45) sugere que a ferramenta citada tem a função de proporcionar uma comunicação direta da mesma maneira que serviço de referência tradicional, face a face. Como exemplo, temos o serviço de referência virtual da biblioteca do Instituto de Física de São Carlos (IFSC) da Universidade de São Paulo. O referido serviço funciona de segunda a sexta, das 9h às 12h e 14h às 18h.

Figura 1: Serviço de Referência Virtual

Fonte: http://sbi_web.ifsc.usp.br/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=101

2. *Tutoriais de funcionamento e aquisição de mídias digitais*: a utilização de *streaming media*, ou fluxo da mídia de áudio e vídeo, de acordo com Maness (2007, p. 46) vem sendo largamente utilizado nos tutoriais das bibliotecas nas explicações e instruções sobre o funcionamento da biblioteca, por exemplo, que antes eram oferecidas de maneira estática, baseada em texto, agora passa a ser ofertado através do compartilhamento vídeos e/ou áudio. Outra decorrência do uso de streaming de mídias em bibliotecas está relacionada ao repositório digital para mídias criadas na Web, como vídeos e músicas, onde a biblioteca ficaria responsável por esse armazenamento, sendo necessário pensar novas formas para a gestão de aquisição de conteúdo digital e a catalogação deste material. A biblioteca de Obras Raras do Centro de Tecnologia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, fornece um tutorial em streaming de mídia, em formato de vídeo, sobre seu funcionamento, este vídeo se encontra disponível através da plataforma de compartilhamento de vídeo *Youtube*¹⁵.

Figura 2: Tutorial em vídeo sobre funcionamento da biblioteca

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=jSzz2tewrLc>

¹⁵ Endereço eletrônico: <http://www.youtube.com/>

3. *Canais de comunicação com a comunidade*: através de blogs e redes sociais na internet, onde se torna possível comunicar-se diretamente com o público, podendo fornecer novidades, avisos sobre atividades da biblioteca, etc. O *blog* oferece outras maneiras de envolver os usuários e impulsionar novos conteúdos a eles. Algumas bibliotecas transformam sua homepage em um *blog*, uma boa oportunidade de estar diretamente ligado à comunidade e também responder rapidamente ao seu feedback. (CASEY e SAVASTINUK, 2006, p. 40). A ferramenta de redes sociais, segundo Maness (2007) é a mais próspera das tecnologias, pois nela podem-se combinar diversas ferramentas em uma única mídia, por exemplo, a junção de mensagens instantâneas, *streaming media* e *tags* como acontece no *Facebook*. Estas plataformas de relacionamento permitem que grupos sejam criados e que pessoas com interesses em um determinado assunto possam estar sempre por dentro das novidades a este relacionadas. Por exemplo o Blog da Biblioteca Central do Gragoatá da Universidade Federal Fluminense.

Figura 3: Canal de comunicação com a biblioteca através do Blog



Fonte: <http://bibliotecacentraldogragoata.blogspot.com.br/>

Durante a pesquisa no projeto de IC citado anteriormente, bem como em diálogos informais com Bibliotecários das bibliotecas analisadas em eventos da área, percebeu-se que a implementação de serviços de biblioteca baseados em mídias sociais não é algo tão simples quanto parece, pois estas mídias necessitam de administração e atualização constante para que atinjam seus objetivos. Estas mudanças devem ser precedidas de um planejamento que garanta o mínimo de dificuldades para os usuários se adaptarem, e só devem ser realizadas se realmente forem gerar melhorias para as bibliotecas, pois a implementação destes serviços necessita de uma grande mudança nos métodos de organização da BU, e deve ser encarada como uma decisão administrativa, que carece de uma mobilização em recursos humanos,

materiais e que gera alterações na rotina dos serviços bibliotecários.

Algumas dificuldades podem surgir no momento de atuar nestas transformações, como a falta de pessoal, a falta de verba, dificuldade em integrar as novas atividades à rotina da biblioteca. Portanto é importante haja planejamento e estudos administrativos de acordo com a realidade de cada biblioteca, para que a implementação destes serviços não prejudique as outras atividades da organização. Acredita-se que a composição de um guia, com orientações sobre a utilização destas mídias, que possa ser lido rapidamente será eficaz e eficiente pois terá a vantagem de mostrar as melhores práticas a serem seguidas nestes canais, bem como de não ser um obstáculo frente as outras atividades das bibliotecas, possibilitando a otimização do tempo e uso de recursos (seja humano ou financeiro).

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

O universo estudado na presente pesquisa é composto pelas bibliotecas das Universidades Públicas. A amostra foi composta pelas bibliotecas das Universidades Públicas do Estado do Rio de Janeiro.

No início da pesquisa de IC em 2011, foi realizado um levantamento do número de universidades públicas do Brasil na Sinopse da Educação Superior (2009) promovida pelo INEP¹⁶. Constatou-se, na região Sudeste a existência de 28 universidades públicas na região, das quais 19 são federais; 07 estaduais e 02 municipais, das quais 06 pertencem ao Estado do Rio de Janeiro. Estes dados foram atualizados para fins do presente estudo, na última atualização da Sinopse da Educação Superior (dados atualizados em julho de 2015). Estes dados foram tabulados ao longo da pesquisa e apresentados em relatórios e no TCC intitulado “Bibliotecas Universitárias e mídias sociais: análise sobre o uso do Twitter pelas Bibliotecas das Universidades Públicas do Rio de Janeiro”¹⁷, realizado na Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, sobre a atuação das Bibliotecas das Universidades Públicas (BUPs) do Estado do Rio de Janeiro no ciberespaço. Não foram encontradas diferenças nestes dados.

A subseção a seguir apresenta a identificação das bibliotecas analisadas, de acordo com a universidade a qual elas pertencem, como também a categoria administrativa destas universidades e a forma como se estruturam as bibliotecas enquanto organizações.

5.1 Identificação das bibliotecas estudadas

Este trabalho tem como um de seus objetivos específicos a identificação das bibliotecas analisadas. O quadro abaixo apresenta a identificação das universidades públicas do Estado do Rio de Janeiro as quais as bibliotecas pertencem, suas siglas e a categoria administrativa da universidade (federal ou estadual). Desta forma, podemos identificar as bibliotecas no âmbito de sua organização acadêmica, ou seja, a que tipo de Universidade pública pertence.

¹⁶ Neste documento o MEC/INEP apresenta os dados estabelecendo uma separação entre as Instituições de Ensino Superior: Universidades; Centros Universitários; Faculdades e Institutos Federais, públicas (federais, estaduais e municipais) e privadas.

¹⁷ TCC de autoria de Soraia Capello, orientado pelo Prof. Dr. Alberto Calil Junior.

Quadro 6: Universidades Públicas do Estado do Rio de Janeiro

Sigla	Nome da IES	Categoria Administrativa
UFRRJ	Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro	Federal
UNIRIO	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro	Federal
UFF	Universidade Federal Fluminense	Federal
UFRJ	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro	Federal
UENF	Universidade Estadual do Norte Fluminense	Estadual
UERJ	Universidade do Estado do Rio de Janeiro	Estadual

Fonte: elaborado pela autora

Após serem listadas as universidades, foi iniciado o mapeamento das bibliotecas analisadas no ciberespaço, através da busca de seus endereços eletrônicos na Web. Num primeiro momento, foram visitados os sites das universidades a fim de encontrar links para os ambientes virtuais das referidas bibliotecas. Foi utilizado como referência os métodos e resultados apresentados na pesquisa realizada por Gomes, Prudêncio e Conceição em 2010¹⁸.

Parte das variáveis analisadas neste estudo, como a categoria administrativa; a estrutura organizacional e o uso de mídias sociais, foram estudados a partir de dados encontrados nos ambientes virtuais destas bibliotecas, desta forma este mapeamento tornou-se imprescindível. Alguns destes dados haviam sido tabulados ao longo da pesquisa já realizada, entretanto foram atualizados para fins do presente estudo.

No Rio de Janeiro, recorte escolhido no universo da pesquisa, encontramos 115 unidades de bibliotecas em universidades públicas. Das 6 universidades, na UFRRJ e na UENF as bibliotecas estão organizadas de forma descentralizada, em bibliotecas isoladas e setoriais. Em todos os outros casos elas se organizam de forma centralizada em sistemas ou rede de bibliotecas, coordenados por uma biblioteca central ou pela diretoria da rede.

A tabela abaixo apresenta cada universidade estudada, a identificação da estrutura organizacional das bibliotecas (sistemas/rede de bibliotecas ou bibliotecas isoladas) e o quantitativo de unidades de bibliotecas por sistema/universidade.

¹⁸ “Mediação para leitura e escrita nas atividades das bibliotecas das universidades públicas brasileiras” onde foi realizado um “levantamento exaustivo das universidades públicas federais e estaduais, dos seus sítios e dos demais dispositivos de comunicação direta utilizados pelas bibliotecas universitárias dessas IES brasileiras.” (GOMES, PRUDENCIO, CONCEIÇÃO, 2010 apud CALIL JUNIOR, 2013, p. 1056).

Tabela 1: BUPs do Rio de Janeiro

Universidade	Identificação da estrutura organizacional	Unidades de BCAs
UFRRJ	Bibliotecas UFRRJ	5
UNIRIO	Sistema de Bibliotecas da UNIRIO	8
UFF	Superintendência de Documentação	29
UFRJ	Sistema de Bibliotecas e Informação	45
UENF	Bibliotecas UENF	5
UERJ	Rede Sirius	23
TOTAL		115

Fonte: elaborado pela autora

Feita a identificação destas bibliotecas, passamos para a coordenação do uso de mídias sociais pelas mesmas.

5.2 Coordenação do uso de mídias sociais

Nesta etapa da pesquisa buscamos averiguar como é realizada a publicação de conteúdo nas mídias sociais que a biblioteca participa e também identificar se as bibliotecas do universo analisado possuem políticas documentadas para a postagem nas mídias sociais em que atuam. Para coletar estes dados utilizamos o questionário (APÊNDICE B) que foi encaminhado às pessoas responsáveis pela gestão e direção destas bibliotecas.

Obtivemos 100% das respostas dos questionários encaminhados por e-mail e através do contato com as bibliotecas das 6 universidades estudadas pode-se constatar que, como encontrado na literatura e na pesquisa de IC, há um intenso uso das mídias sociais por parte das bibliotecas das universidades públicas do Rio de Janeiro. Constatou-se ainda que em 67% dos casos as bibliotecas possuem autonomia para atuarem conforme suas necessidades específicas diante das ferramentas de comunicação.

Figura 4: Gráfico de setores circular. Como é ordenada a publicação de conteúdo nestes canais?

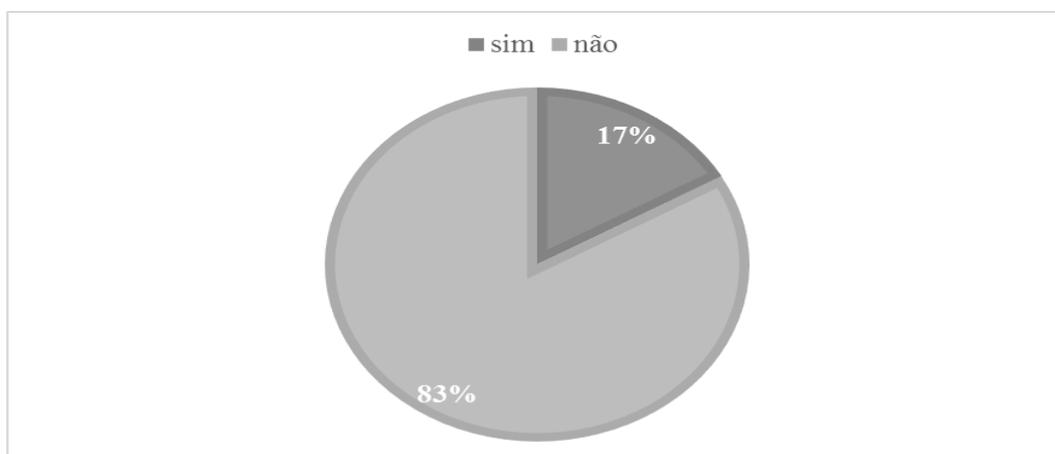


Fonte: Elaborado pela autora

Perguntamos sobre a existência de normas ou regras para a publicação de conteúdo em mídias sociais em nome da biblioteca e em caso de resposta positiva, se estas normas ou regras estariam documentadas como regimento interno da biblioteca. Somente 17% (o correspondente a 01 das entrevistadas – a Rede Sirius da UERJ) possui diretrizes documentadas que visam padronizar o uso das mídias sociais.

Solicitamos então acesso a este documento para a análise do conteúdo, a fim de trazer contribuições para esta pesquisa, o resultado será apresentado na próxima subseção.

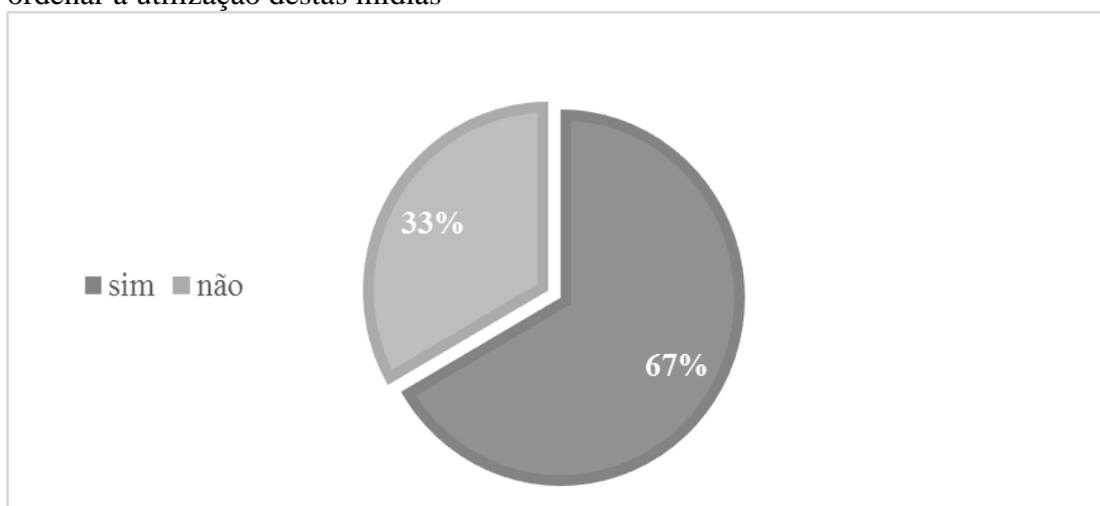
Figura 5: Gráfico de setores circular. Existem normas ou regras para a publicação de conteúdo em mídias sociais em nome da biblioteca?



Fonte: Elaborado pela autora

Quando questionadas sobre a necessidade de haver uma padronização, que visasse ordenar a utilização das mídias sociais: 67% das gestoras responderam que acreditam que sim e consideram importante estabelecer padrões. Os outros 33% acreditam que não é algo necessário e mais vale o bom senso no momento de utilizar as ferramentas (Figura 6). Conclui-se então que será válido e bem aceito pelas bibliotecas em questão a iniciativa deste trabalho de promover um guia de boas práticas no uso de mídias sociais.

Figura 6: Gráfico de setores circular. Sobre a necessidade da criação de “regras”, a fim de ordenar a utilização destas mídias



Fonte: Elaborado pela autora

A próxima subseção apresentará os resultados da análise de conteúdo.

5.3 Análise de conteúdo

A estratégia metodológica escolhida para a análise dos documentos foi a - análise de conteúdo de Bardin (1997). Seguindo esta linha, a análise do material foi organizada em três fases: a pré-análise, a exploração e o tratamento dos resultados. Na fase da pré-análise selecionamos os documentos de acordo com os objetivos da pesquisa aos quais eles estão submetidos, levando em consideração o fato de estarem diretamente relacionados ao objetivo geral deste estudo, que é a composição de um Produto Final (o guia de Boas Práticas em mídias sociais para BUs). Na etapa de exploração do material realizamos a análise propriamente dita, seguida da fase de tratamento e interpretação dos resultados em que transformamos os dados em um conteúdo significativo e apresentamos a seguir.

A primeira atividade que Bardin (1997, p. 96) sugere que seja realizada é a “leitura flutuante”, que ela define como um primeiro contato com os documentos que serão analisados para que se possa conhecer o tipo de texto, deixando nos invadir por impressões e orientações. Sendo assim, realizamos uma busca correspondente aos termos “boas práticas em mídias sociais”, no mecanismo de pesquisa Google. E, dentro do resultado encontrado, fizemos uma leitura superficial dos 40 primeiros documentos recuperados.

Feita esta leitura, passamos para a atividade de escolha dos documentos, onde foi definido o *corpus*, ou seja, o conjunto de documentos submetidos aos procedimentos analíticos. Este *corpus* passou a ser constituído por 10 documentos, sendo 8 correspondentes à busca por guias de boas práticas de empresas (feito no Google), 1 correspondente às orientações para atuação em mídias sociais do Governo Federal brasileiro e 1 correspondente às políticas para uso de mídias sociais em bibliotecas universitárias, disponibilizado por um sistema de BU do Rio de Janeiro, a Rede Sirius de bibliotecas da UERJ.

Além da biblioteca universitária, foram escolhidas organizações de ramos distintos para a análise: agronegócio, educação, administração (pública e de empresas), indústria de bebidas, pesquisas estatísticas, mídia interativa, exportações e investimentos. Esta escolha justifica-se pelo lugar comum a que todas pertencem, ou seja, a peculiaridade de atuarem com o povo brasileiro, ou seja, além de estarmos considerando o compartilhamento da língua portuguesa como um ponto importante, nota-se que com a grande aderência dos brasileiros às mídias sociais, muitas empresas têm se preocupado em traçar diretrizes para o uso das mesmas. Por isso não achamos válido buscar na literatura estrangeira estes mesmos tipos de documentos.

As organizações, além da Rede Sirius (UERJ) e Secretaria de Comunicação do Governo Federal, das quais selecionamos os documentos a serem analisados foram:

- ABRABE - Associação Brasileira de Bebidas, atua desde 1974 no setor de bebidas das indústrias nacionais e estrangeiras (importadores e exportadores);
- APEX Brasil - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos atua na promoção de produtos e serviços brasileiros no exterior;
- Sistema CFA/CRA's - Conselho Federal e Conselhos Regionais de Administração, atuam regulamentando o exercício da profissão de Administrador no Brasil;

- EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, atua desde 1973, vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, buscando desenvolver um modelo de agricultura e pecuária legitimamente brasileiro;
- IAB – Interactive Advertising Bureau, antes Associação de Mídia Interativa (AMI), associação integra uma rede internacional de associações, que conta com representações em mais de 43 países, que buscam desenvolver o mercado de mídia interativa;
- IBOPE - Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, atua no Brasil e em outros 14 países realizando pesquisas estatísticas e estudos sobre diversos temas, como intenção de voto, opinião pública, mídias etc.;
- UDESC - Universidade do Estado de Santa Catarina, uma Instituição Pública de Ensino Superior, criada em 1965;
- UDOP - União dos Produtores de Bioenergia, atua desde 1985 com o objetivo de facilitar a troca de informações entre estes diretores das destilarias autônomas, além de propiciar capacitação de profissionais para o setor.

O quadro a seguir lista todos estes documentos e faz um link com o objetivo específico ao qual cada um deles está relacionado:

Quadro 7: Documentos analisados e os objetivos da pesquisa aos quais estão relacionados

Documentos analisados	Objetivos
Diretrizes para a publicação de conteúdos nas redes sociais onde a Rede Sirius (UERJ) e cada uma das suas Bibliotecas estão inseridas	Acessar e analisar os documentos sobre uso de mídias sociais das bibliotecas; Verificar se estes documentos estão de acordo com a missão da Universidade.
Manual de boas práticas: Comunicação Comercial de Bebidas Alcoólicas no Universo Digital, da ABRABE	Buscar cases de sucesso na utilização de guias de ‘Boas práticas em mídias sociais’ em organizações (públicas e privadas)
Boas práticas nas Redes Sociais, da ApexBrasil	
Guia básico para utilização de Redes Sociais, do Sistema CFA/CRA	
Manual de Conduta em Mídias Sociais: práticas de comportamento dos empregados e colaboradores da Embrapa nas mídias sociais	
Guia de boas práticas de social media, do IAB	
Manual de conduta para colaboradores	

do IBOPE	
Manual de Orientação para atuação em Redes Sociais, da UDESC	
Manual UDOP de atuação nas mídias sociais	
Manual de Orientação para atuação em mídias sociais do Governo Federal	Analisar as orientações para atuação em mídias sociais do Governo Federal brasileiro.

Fonte: elaborado pela autora

Após a constituição do *corpus*, preparamos o material para facilitar a manipulação da análise propriamente dita. Realizamos *downloads* dos arquivos em formato PDF¹⁹ dos sites das empresas disponíveis na web, da página da Secretaria de Comunicação do Governo Federal²⁰ e do e-mail recebido da Rede Sirius de bibliotecas (UERJ), que nos concedeu acesso a sua política interna para uso de mídias sociais. Em seguida organizamos estes arquivos em uma pasta digital, para facilitar o acesso.

Ainda seguindo as orientações de Bardin (1997, p.100), foi feita a referenciação dos índices e a elaboração de indicadores. Sendo assim desenvolvemos o “Índice de Conteúdo Básico” que será usado para avaliar as principais orientações que devem existir num guia de Boas Práticas em mídias sociais, por meio de indicadores elaborados pela técnica de análise temática e frequencial, através do critério de agrupamento de termos que se aproximam semanticamente e por uma análise quantitativa, dada a frequência que aparecem nos documentos. Assim podemos obter dados descritivos pela estatística da incidência de aparição destes termos e a partir deles definir o conteúdo como fundamental ou não na composição do nosso produto final. Primeiro reunimos os títulos das seções que compõem cada documento e organizamos através da frequência de ocorrência (Quadro 8) atribuindo como indicador as notas entre 1-2 (peso 2 para os termos retirados das Diretrizes para a publicação de conteúdos nas redes sociais onde a Rede Sirius de BU). Criamos uma planilha no software Excel para organizar estes dados.

Nesta etapa não foi utilizado o Manual de Orientação para atuação em mídias sociais do Governo Federal por ser um material extenso e exaustivo, que vai além do objetivo geral deste trabalho, a proposição de um guia de Boas Práticas em mídias sociais (por ser um material mais detalhado utilizaremos na etapa subsequente).

¹⁹Portable Document Format (Formato Portátil de Documento)

²⁰Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/midia>. Acesso: 27 jun de 2016.

Quadro 8: Frequência de ocorrência das seções dos documentos

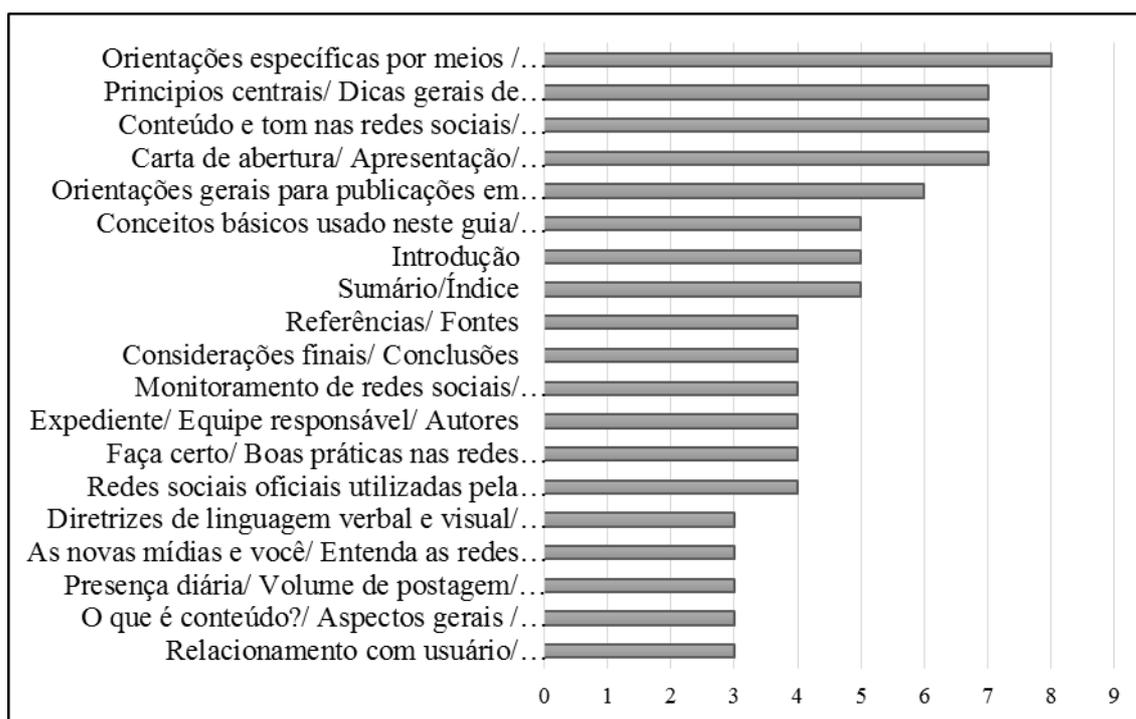
Seções dos documentos	Frequência de ocorrência
Sumário/ Índice	(5)
Carta de abertura/ Apresentação/ Finalidade/ Por que um Guia de Boas Práticas?	(7)
Introdução	(5)
Quando e por quem deve ser usado?	(1)
Conceitos básicos usados neste guia/ Conceito Redes Sociais/ Conceitos básicos/ O que são redes sociais? / Conceitos de mídias sociais	(5)
Redes sociais oficiais utilizadas pela organização/ As ferramentas que a organização usa/ A que meios se aplica/ Nomenclatura das redes sociais utilizadas pela organização	(4)
Consumo responsável	(1)
Privacidade	(1)
Transparência	(1)
Confirmação de idade	(1)
Onde deve existir	(1)
Como fazer	(1)
Orientações específicas por meios / Conhecendo as principais redes/ Perfis e canais em mídias sociais/ Conheça algumas mídias sociais/ Conheça um pouco mais sobre essas redes/ Das orientações para cada ferramenta	(8)
Relacionamento com usuário/ Relacionamento - SAC 2.0/ O relacionamento com o usuário	(3)
Conteúdo e tom nas redes sociais/ Conteúdo das postagens/ Conteúdo e tom de voz/ Conteúdo/ Escolha do conteúdo/ Dos conteúdos	(7)
O que é conteúdo? / Aspectos gerais / Tipos de conteúdos	(3)
Princípios centrais/ Dicas gerais de postura/ Princípios gerais de conduta/ Critérios de utilização	(7)
Conteúdo gerado por usuário	(1)
Faça certo/ Boas práticas nas redes sociais/ Social media advertising/ Orientações para uso saudável de qualquer mídia social	(4)
Exemplos comentados de publicações	(1)
Orientações gerais para publicações durante viagens	(1)
Orientações gerais para publicações em nome da empresa/ Atuação da empresa nas Mídias Sociais/ Recomendações para postagens nas mídias sociais/ Das atribuições e competências	(6)
Expediente/ Equipe responsável/ Autores	(4)
Presença diária/ Volume de postagem/ Volume de postagem por rede	(3)
Campanhas	(1)
Monitoramento de redes sociais/ Monitoramento/ Relatório	(4)

Passo-a-passo (como criar contas e perfis em mídias sociais)	(1)
As novas mídias e você/ Entenda as redes sociais/ Quatro pontos importantes a serem considerados sobre as redes sociais	(3)
Motivos para você usar as mídias sociais/ O poder das mídias sociais	(2)
Penalidades e consequências do uso incorreto das mídias sociais/ Legislação e penalidades	(2)
Considerações finais/ Conclusões	(4)
Referências/ Fontes	(4)
Pesquisa e inteligência/ Oportunidades e riscos	(2)
Diretrizes de linguagem verbal e visual/ Imagens, infográficos ou vídeos	(3)
Gerenciamento de crise	(1)
Gestores das redes sociais	(1)
Das restrições	(2)
Vigência	(2)

Fonte: Elaborado pela autora

Em seguida agrupamos os termos por aproximação semântica e representamos através de um diagrama em barras (figura 7) por ordem decrescente de frequência (quantas vezes cada grupo aparece). Desta vez selecionamos os grupos que possuem como indicador uma frequência mínima de ocorrência igual a (3), o equivalente a 33% dos documentos analisados, resultando na seleção de 19 grupos de seções listados no quadro acima.

Figura 7: Diagrama em barras. Índice de Conteúdo Básico



Fonte: Elaborador pela autora

Depois disso classificamos as unidades de significação (os grupos aproximados semanticamente), através de categorias que representam cada agrupamento de seções selecionados, levando em consideração que o conteúdo encontrado nos documentos era basicamente o mesmo, porém cada organização denominou as seções de seus documentos de uma forma. Neste momento usamos como base para a categorização destes grupos, além dos documentos analisados, o Manual de Orientação para atuação em mídias sociais do Governo Federal. Estas categorias serão as mesmas utilizadas para a definição de nomenclaturas dos títulos das seções que irão compor nosso produto final. O quadro abaixo apresenta a categoria definida e o grupo das seções dos documentos ao qual ela está representando.

Quadro 9: Categorias – Índice de Conteúdo Básico

Categorização	Referente às seções agrupadas:
Um pouco mais sobre as principais mídias sociais	Orientações específicas por meios/ Conhecendo as principais redes/ Perfis e canais em mídias sociais/ Conheça algumas mídias sociais/ Conheça um pouco mais sobre essas redes/ Das orientações para cada ferramenta
Apresentação	Carta de abertura/ Apresentação/ Finalidade/ Por que um Guia de Boas Práticas?
Conteúdo e tom nas mídias sociais	Conteúdo e tom nas redes sociais/ Conteúdo das postagens/ Conteúdo e tom de voz/ Conteúdo/ Escolha do conteúdo/ Dos conteúdos/ O que é conteúdo?/ Aspectos gerais / Tipos de conteúdos
Dicas gerais de conduta	Princípios centrais/ Dicas gerais de postura/ Princípios gerais de conduta/ Critérios de utilização
Atuação da biblioteca nas mídias sociais	Orientações gerais para publicações em nome da empresa/ Atuação da empresa nas Mídias Sociais/ Recomendações para postagens nas mídias sociais/ Das atribuições e competências
Sumário	Sumário/Índice
Introdução	Introdução
Conceitos básicos usados neste guia	Conceitos básicos usados neste guia/ Conceito Redes Sociais/ Conceitos básicos/ O que são redes sociais?/ Conceitos de mídias sociais

As mídias sociais que a biblioteca utiliza	Redes sociais oficiais utilizadas pela organização/ As ferramentas que a organização usa/ A que meios se aplica/ Nomenclatura das redes sociais utilizadas pela organização
Boas práticas nas mídias sociais	Faça certo/ Boas práticas nas redes sociais/ Social media advertising/ Orientações para uso saudável de qualquer mídia social/ As novas mídias e você/ Entenda as redes sociais/ Quatro pontos importantes a serem considerados sobre as redes sociais
Autores	Expediente/ Equipe responsável/ Autores
Monitoramento das mídias sociais	Monitoramento de redes sociais/ Monitoramento/ Relatório
Conclusões	Considerações finais/ Conclusões
Referências	Referências/ Fontes
Relacionamento com o usuário	Relacionamento com usuário/ Relacionamento - SAC 2.0/ O relacionamento com o usuário
Presença diária	Presença diária/ Volume de postagem/ Volume de postagem por rede
Imagens, infográficos ou vídeos	Diretrizes de linguagem verbal e visual/ Imagens, infográficos ou vídeos

Fonte: Elaborado pela autora

Outros indicadores analisados para a composição do Produto Final foram: A) extensão dos documentos (número de páginas); B) tipo de linguagem (culto ou coloquial); C) *layout* do documento (*design* arrojado ou apresentação formal).

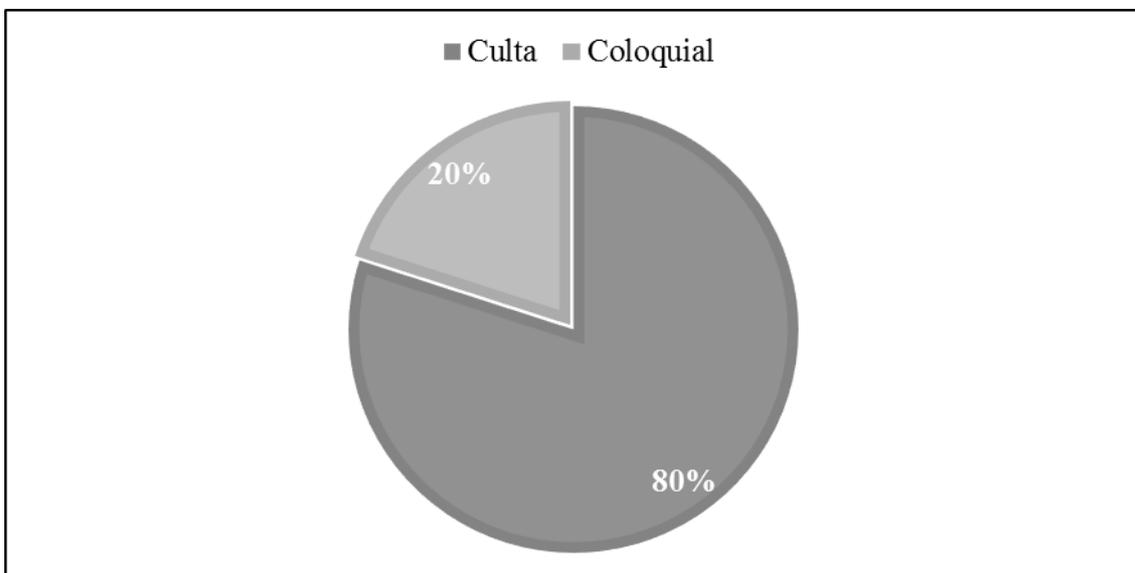
No item A) extensão dos documentos aferimos a média de número de páginas dos documentos analisados²¹, para termos como base na construção do Produto Final para que não fique carente de conteúdo e nem extenso em demasia. Obtivemos como resultado uma média de 19 páginas.

²¹ Nesta análise não foi contabilizada a extensão do Guia de boas práticas de social media do IAB e do Manual de Orientação para atuação em mídias sociais do Governo Federal por serem documentos com conteúdo vasto, que vai além do proposto neste estudo.

Tabela 2: Extensão dos documentos

	Número de páginas
ABRABE	13
UDOP	28
Embrapa	37
Apex	27
CFA/CRA's	19
IBOPE	8
UDESC	16
Rede Sirius	4
MÉDIA	19

O item B) tipo de linguagem, avaliou se a linguagem adotada nos documentos era culta ou coloquial, a fim de definir a linguagem a ser utilizada no Produto Final. Tivemos como resultado 80% dos documentos com a linguagem culta. O gráfico abaixo apresenta o resultado encontrado.

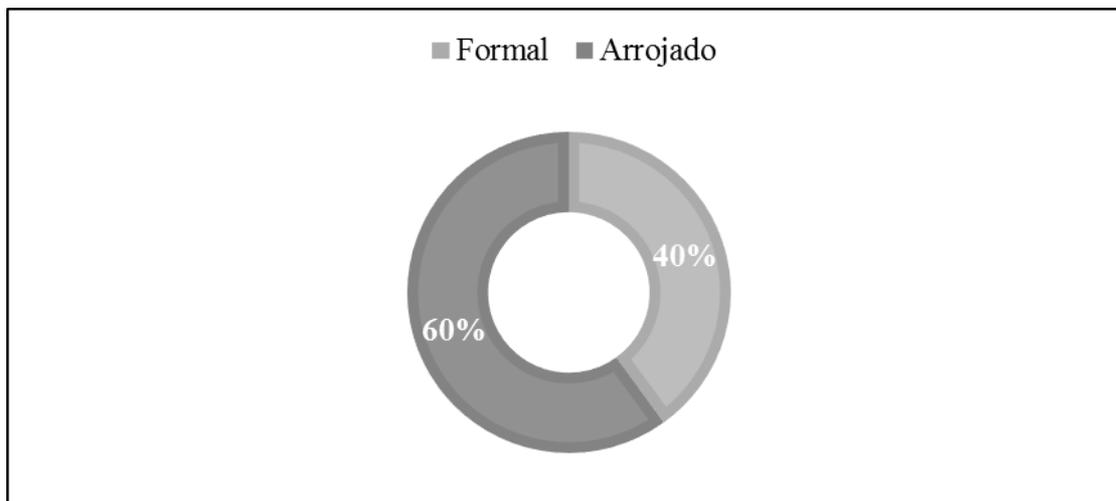
Figura 8: Gráfico de setores circular. Linguagem Culta vs. Coloquial

Fonte: Elaborado pela autora

O item C) *layout* do documento avaliou a apresentação gráfica dos documentos verificando se era formal, característico de documentos oficiais, ou se possui um *design*

arrojado, característico da dinamicidade das mídias sociais. O correspondente a 60% dos documentos possui um *layout* arrojado.

Figura 9: Gráfico de setores circular. *Layout* do documento



Fonte: Elaborado pela autora

A última análise realizada foi efetuada somente nas Diretrizes para a publicação de conteúdos nas redes sociais onde a Rede Sirius (UERJ), e tem relação com o objetivo específico (E) deste estudo (Verificar se estes documentos estão de acordo com a missão da Universidade). Averiguamos que a missão da universidade e nem a da biblioteca estão inteiramente inseridas neste documento específico, entretanto nota-se que a Rede de bibliotecas em questão possui uma forte preocupação em estar atuando de acordo com a missão da universidade. Esta relação ficou bem evidente nas respostas obtidas através do questionário respondido pela gestora da Rede Sirius de bibliotecas, que em diversos momentos demonstrou um cuidado em atrelar as atividades e objetivos das bibliotecas a missão da universidade.

A Rede Sirius não está estruturada como sistema e sim como Rede. Fundamentada no trabalho em equipe, está inserida numa estrutura organizacional horizontalizada, composta de 23 bibliotecas, 4 núcleos, 4 seções, além da Direção e um órgão colegiado. Neste último atuam servidores da rede, docentes e discentes. A gestão da Rede Sirius tem como missão “atuar na promoção do acesso à informação e dar suporte de ensino, pesquisa e extensão no âmbito de Universidade”. (ENTREVISTADA)

Na próxima seção será apresentada toda a estrutura definida, para a composição do Produto Final, a partir da análise dos resultados supracitados.

6 O PRODUTO

Após as análises acima, elaboramos a estrutura a ser seguida na composição do Produto Final deste trabalho. Denominamos o guia prático como “Boas Práticas em mídias sociais: para Bibliotecas Universitárias”.

A interpretação dos resultados apresentados na subseção - 5.2 Coordenação do uso de mídias sociais e na subseção - 5.3 Análise de conteúdo, especialmente através do Índice de Conteúdo Básico; da análise da extensão dos documentos que conferiu uma estimativa do número de páginas que deveria conter nosso guia; do tipo de linguagem que deveríamos utilizar (culto ou coloquial) e da avaliação do tipo de *layout* que utilizaríamos no nosso documento ao verificar se a apresentação gráfica do material analisado era de um *design* arrojado ou uma apresentação formal, nos permitiu criar nosso produto.

O guia de boas práticas na utilização de mídias sociais para bibliotecas universitárias deve ser um arquivo composto por uma extensão média de **19 páginas**, linguagem **culta** e *layout* **arrojado**. Veja a seguir o conteúdo definido como substancial, baseado no Índice de Conteúdo Básico e a ordem em que aparecerá cada seção:

- Capa
- Autores
- Sumário
- Apresentação
- Introdução
- Conceitos básicos usados neste guia
- Atuação da **biblioteca** nas mídias sociais
 - As mídias sociais que a **biblioteca** utiliza
- Um pouco mais sobre as principais mídias sociais
 - Presença diária
 - Imagens, infográficos ou vídeos
- Boas práticas nas mídias sociais
 - Conteúdo e tom nas mídias sociais
 - Dicas gerais de conduta

- Relacionamento com o usuário
- Monitoramento das mídias sociais
- Conclusões
- Referências

Ao produzir o guia realizar-se-á uma síntese e adaptação do conteúdo encontrado no *corpus* composto pelos documentos que foram submetidos aos procedimentos analíticos na seção 5 deste estudo. O tipo de conteúdo que deverá estar contido em cada seção será apresentado no quadro a seguir:

Quadro 10: Conteúdo do Produto Final

Seção	Deve conter:
Autores	Nomes dos autores envolvidos na composição do Guia
Sumário	Sumário com as seções que compõe o documento
Apresentação	Apresentação da dos objetivos e justificativa do documento
Introdução	Breve introdução sobre o que se propõe o Guia
Conceitos básicos usados neste guia	Apresentação dos principais conceitos utilizados no Guia
Atuação da biblioteca nas mídias sociais	Orientações gerais para publicações em nome da biblioteca
As mídias sociais que a biblioteca utiliza	Lista das mídias sociais utilizadas pela biblioteca, com os respectivos perfis e endereços eletrônicos
Um pouco mais sobre as principais mídias sociais	Breve descrição sobre as principais mídias sociais utilizadas no Brasil
Presença diária	Quadro com a frequência e o volume de postagem ideal por tipo mídia social
Imagens, infográficos ou vídeos	Orientações gerais para uso de linguagem visual
Boas práticas nas mídias sociais	Apresentação das melhores práticas a serem seguidas ao utilizar mídias sociais

Relacionamento com o usuário	Breve descrição sobre a forma como deve ser realizado o relacionamento com os usuários através das mídias sociais (Serviço de referência <i>online</i>)
Conteúdo e tom nas mídias sociais	Breve discurso sobre o tipo de conteúdo que deve ser usado nas mídias sociais, bem como o tom das mensagens postadas
Dicas gerais de conduta	Apresentação dos princípios de conduta e postura esperados nas mídias sociais
Monitoramento das mídias sociais	Breve descrição das metodologias de monitoramento de mídias sociais
Conclusões	Considerações finais sobre a utilização do Guia
Referências	Lista das fontes de informação utilizadas como referência bibliográfica na composição do Guia

Fonte: Elaborado pela autora

Ao retomarmos as perspectivas teóricas do presente trabalho vimos que a BU é uma organização que está diretamente relacionada aos objetivos e a missão da Universidade em que está situada, desta forma deve estar atenta as mudanças e atualizações que ocorrem na Universidade bem como às demandas da comunidade acadêmica, então ao construir o produto final este foi um ponto importante levado em consideração.

O protótipo do guia “Boas Práticas em mídias sociais: para Bibliotecas Universitárias” consta no APÊNDICE C (página 86) deste estudo.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Consideramos a investigação científica como algo que não se conclui, já que a partir dos resultados encontrados sempre surgem novas problemáticas. Sendo assim, deste trabalho surgiram novas indagações, novos questionamentos. Esta seção então, será dedicada à apresentação das considerações finais do presente estudo e também à apresentação das novas dúvidas e sugestões para um prosseguimento futuro.

A pesquisa verificou que a maior parte das bibliotecas analisadas possui autonomia para atuar conforme suas necessidades específicas diante das mídias sociais e apesar dessa autonomia detectamos que a maioria acredita haver uma necessidade de padronização, para ordenar a utilização dessas ferramentas, considerando importante a iniciativa de construir um guia que forneça tais orientações. Concluímos então que o nosso produto final (a iniciativa de promover um guia de boas práticas no uso de mídias sociais para BUs) será válido e bem aceito pelas bibliotecas das universidades públicas do Rio de Janeiro.

O recorte utilizado nesta pesquisa foram as BUPs do Rio de Janeiro, mas o guia “Boas práticas em mídias sociais para bibliotecas universitárias” pode vir a ser acessado e utilizado para orientar as BUs de todo o país, pois seu conteúdo é abrangente às bibliotecas universitárias como um todo e além disto, pode ser editado conforme as necessidades específicas de cada instituição.

As orientações fornecidas no guia são os passos iniciais para a padronização e construção de referências para o uso de mídias sociais por bibliotecas universitárias. Como dito, é um arquivo que pode ser editado de acordo com a demanda, seja das instituições, seja pela percepção da falta de algum item.

Temos em mente que o meio em que estamos atuando (Web) é altamente volátil, portanto o proposto aqui não é termos um guia estático, mas sim algo que acompanhe as mudanças, sendo frequentemente atualizado. É um projeto que busca ser referência na área, por sua característica de estar em constante evolução buscando sempre a troca de experiências entre os pares, a fim de estabelecer as melhores práticas para atuar em mídias sociais.

O primeiro questionamento que surge a partir da conclusão deste trabalho é sobre como manteríamos este projeto atualizado de acordo com as demandas das bibliotecas, já que são elas nosso foco. Para solucionar esta questão, pensou-se em buscar parcerias com Comissões de referência para as BUs, como é a Comissão Brasileira de Bibliotecas

Universitárias (CBBU), que atua junto às BUs promovendo a formulação de políticas públicas em áreas de interesse, incentivando a cooperação e o compartilhamento de serviços e produtos, realizando projetos e pesquisas, elaborando e editando documentos técnico-científicos e a organizando eventos, sempre com o propósito de representar as BUs frente aos órgãos governamentais e toda comunidade científica do país.

Além de buscar parceria com a CBBU, por exemplo, pensou-se na criação e promoção de workshops de competência informacional direcionados ao uso de mídias sociais para profissionais que atuam em bibliotecas universitárias. Estes minicursos poderiam ser oferecidos sob a demanda das bibliotecas ou em eventos da área, como o SNBU.

Verificamos a existência de uma iniciativa em workshop, chamado “Boas práticas de mídias sociais em bibliotecas”, da Bibliotecária especialista Beatriz Royer Massonetto, cujo conteúdo aborda: Introdução à web social para bibliotecas; Uso de blogs para difusão e criação de conhecimento; Microblogging: uso do Twitter e Google Plus; Rede social Facebook: Boas práticas em perfis e páginas de bibliotecas; Catalogação social: Librarything; Computação na nuvem (Dropbox e Google Drive); Leitor RSS (Old Reader); Marcadores Sociais. Sugerimos uma parceria, acreditando que esta sociedade seria enriquecedora para este projeto, objetivando melhorias através das trocas de experiências e conhecimentos.

Em relação à pesquisa científica, para além das perspectivas teóricas e análises dos resultados, ficam questionamentos que convêm como perguntas de partida para novos trabalhos:

- Como as bibliotecas entendem o Capital Social, ao utilizarem as mídias sociais?

Buscar entender o processo de ofício do Capital Social e como ele deve ser encarado pelas bibliotecas ao investirem na utilização das mídias sociais.

- As mídias sociais são ferramentas adequadas para fins de Curadoria Digital para bibliotecas universitárias?

Pensar em organizar (selecionar, preservar, realizar manutenção, produzir uma coleção e cuidar do arquivamento) o conteúdo digital de maior relevância em uma base de dados digitais (artigos, postagens, fotos, vídeos, etc.).

Outra sugestão seria a criação de grupos de estudos com pesquisadores da área, a fim de enriquecer mutuamente as pesquisas em andamento e também novos projetos.

As bibliotecas universitárias devem encarar as mídias sociais como canais propícios para potencializar a disseminação da informação, se tornando uma ferramenta poderosa para a promoção de produtos e serviços da BUs, quando bem utilizadas. Sempre levando em consideração que seu uso pode contribuir para a mudança de seu conceito perante a comunidade usuária, que utiliza a Web.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, W. S.; SILVA, M. R. B.; SILVA, A. K. A. J. O uso do marketing na comunicação de produtos e serviços em unidades de informação: o caso da seção de multimeios da biblioteca central da UFPB. **Biblionline**, v. 7, n. 2, p. 73-88, 2011. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/brapci/v/11611>>. Acesso em: 06 jul. 2016.

BARBOSA, Marilene Lobo Abreu; TEIXEIRA, Ana Paula Santos Souza; VARELA, Aida. O marketing digital nas bibliotecas universitárias como estratégia de aproximação com o usuário. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 18. Belo Horizonte. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: UFMG, 2014. Disponível em: <<https://www.bu.ufmg.br/snbu2014/wp-content/uploads/trabalhos/613-2007.pdf>> Acesso em: 06 jul 2016.

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1997.

BASTOS, Maria Helena Camara. Perspectivas da universidade brasileira. In.: ROHDEN, Valerio (org.). **Idéias de universidade**. Canoas: Ed. ULBRA, 2002. p. 162-168.

CALIL JUNIOR, Alberto. **Bibliotecas e bibliotecários no ciberespaço a construção da Bilioteca 2.0**. Rio de Janeiro: UNIRIO, 2010.

_____. Bibliotecas universitárias e ciberespaço: Olhares sobre uma relação em construção. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 16. **Anais...** Rio de Janeiro, 2010. Rio de Janeiro: SNBU, 2010b.

_____; CAPELLO, Soraia Santana; SANTOS, Rick. Mapeamento do uso das ferramentas colaborativas pelas bibliotecas das universidades federais das regiões sudeste sul e centro-oeste do Brasil. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 17. Gramado. **Anais eletrônicos...** Gramado: UFRGS, 2012. p.1-15. Disponível em: <<http://www.snbu2012.com.br/anais/pdf/4RJ2.pdf>>. Acesso em: 11 maio 2015.

_____; ALMENDRA, Gabriela; VAZ, Priscila. Mapeamento do uso das ferramentas colaborativas pelas bibliotecas das universidades federais das regiões nordeste e norte do Brasil. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 17. Gramado. **Anais...** Gramado: UFRGS, 2012. Disponível em: <<http://www.snbu2012.com.br/anais/pdf/4RJ2.pdf>>. Acesso em: 11 maio 2015.

_____. Mídias sociais nas bibliotecas universitárias brasileiras. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.18, n.2, p. 1053-1077, jul./dez., 2013.

_____; CORRÊA, Elisa C. D.; SPUDEIT, Daniela. O uso das mídias sociais nas bibliotecas brasileiras: análise dos trabalhos apresentados no SNBU e CBBB. CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25. Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: FEBAB, 2013.

CAPELLO, Soraia. **Bibliotecas universitárias e mídias sociais**: análise sobre o uso do Twitter pelas Bibliotecas das Universidades Públicas do Rio de Janeiro. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO, Rio de Janeiro, 2013.

CASEY, Michael E. Library 2.0: service for the next-generation library. **Library Journal**, [s.l.], set. 2006.

CASEY, Michael E; SAVASTINUK, L. C. Library 2.0: service for the next-generation library. **Library Journal**, [s.l.], set. 2006.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHASTINET, Yone. Participação da comunidade na implantação do Plano Nacional de Bibliotecas Universitárias - PNBU. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 6., 1989, Belém. **Anais...** Belém: UFPA, 1990. p.38-56.

_____. **A criação do Programa Nacional de Bibliotecas Universitárias – PROBIB e a implementação do I Plano Nacional de Bibliotecas Universitárias – I PNBU**. 1986-89. Brasília: PROBIB, 1990.

CLOSS, Darcy. Reflexões sobre a atualidade da universidade brasileira. In.: ROHDEN, Valerio (org.). **Idéias de universidade**. Canoas: Ed. ULBRA, 2002. p. 169-206

COMISSÃO Brasileira de Bibliotecas Universitárias (CBBU). **Missão**. Disponível em: http://www.febab.org.br/cbbu/index.php?option=com_content&view=article&id=9&Itemid=11. Acesso em: 12 mar. 2015.

CUNHA, L. A. **A Universidade Temporã**. O Ensino Superior da Colônia à Era Vargas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

_____. **Qual Universidade?** São Paulo: Cortez: Autores Associados, 1989.

CUNHA, Murilo Bastos da. A biblioteca universitária na encruzilhada. **DataGramZero**, [s.l.], v.11, n.6, dez. 2010.

DIAS, Geneviane Duarte; SILVA, Terezinha Elizabeth da; CERVANTES, Brígida Maria Nogueira. Políticas de informação nas bibliotecas universitárias: um enfoque no desenvolvimento de coleções. **Rev. Dig. de Biblioteconomia e CI**, Campinas, SP, v.11, n.1, p.39-54, jan./abr. 2013. Disponível em: <<http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/rbci/article/view/572/pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2015.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Record, 2004.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

_____; LEE, Nancy. **Marketing no setor público**: um guia para um desempenho mais eficaz. São Paulo: Bookman Editora, 2008.

LÈVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Record, 1998.

LUBISCO, Nídia M. L. Estabelecimento de normas e padrões para bibliotecas universitárias objetivando a integração. ENCONTRO DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS DO CENTRO-OESTE, 1. Goiânia. **Anais...** Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2010.

MACIEL, Alba Costa; MENDONÇA, Marília Alvarenga Rocha. A função gerencial na biblioteca universitária. SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 11. Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis: UFSC, 2000. Disponível em: <<http://www.repositorio.uff.br/jspui/bitstream/1/479/1/Maciel%2c%20Alba-A%20fun%C3%A7%C3%A3o%20gerencial%20na%20Biblioteca%20universit%C3%A1ria-Evento.pdf>>. Acesso em: 03 ago. 2015

MANESS, Jack M. Teoria da biblioteca 2.0: Web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.17, n.1, p.43-51. jan./abr., 2007.

MELGAREJO, C. R. Marketing Digital em Bibliotecas. SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE BIBLIOTECAS DIGITAIS, 1. Mato Grosso do Sul. Anais... Mato Grosso do Sul: UFMS, 2007.

MICHALKO, J.; MALPAS, C.; ARCOLIO, A. **Research libraries, risk and systemic change**. Dublin (OH): OCLC Research, 2010. Disponível em: <http://www.oclc.org/content/dam/research/publications/library/2010/2010-03.pdf>. Acesso em: 12 maio 2015.

OLIVE, Arabela Campos. Histórico da educação superior no Brasil. In.: SOARES, Maria Susana Arrosa (Org.). **A Educação Superior no Brasil**. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior: Brasília, 2002. p. 31-42.

OLIVEIRA, Nirlei Maria. A biblioteca das instituições de ensino superior e os padrões de qualidades do MEC: uma análise preliminar. **Perspect. cienc. inf.**, Belo Horizonte, v. 7, n. 2, p. 207-221, jul./dez. 2002.

PRIMO, Alex. Fases do desenvolvimento tecnológico e suas implicações nas formas de ser, conhecer, comunicar e produzir em sociedade. In: PRETTO, Nelson De Luca; SILVEIRA, Sérgio Amadeu (org.). **Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder**. Salvador: EDUFBA, 2008, p. 75-83. Disponível em: www.mssoftwarelivre.org/alemdasredes/wpcontent/uploads/2008/08/livroalemdasredes.pdf. Acesso em: 20 jul. 2015.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc Van. **Manual de investigação em Ciências Sociais**. Lisboa: Gradiva, 1995.

ROCHA, Ednéia Silva Santos; RODRIGUES, Rafael Mielli; RODRIGUES, Vanessa. Marketing digital em bibliotecas digitais: um estudo sobre a aplicabilidade de ferramentas da Web 2.0. CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25. Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: FEBAB, 2013.

RUSSO, M. **A Biblioteca Universitária no cenário brasileiro**. [s.l]: [s.n]. 2003. Disponível em: <<http://repositorio.cfb.org.br/handle/123456789/387>>. Acesso em: 20 fev. 2015.

SILVA, Angela Maria Moreira. A construção das bibliotecas universitárias no Brasil. **Revista Informação & Universidade**, [s.l], v. 2, n.1, p. 3-23, 2010.

TARAPANOFF, Kira. Planejamento de e para bibliotecas universitárias no Brasil; sua posição sócio-econômica e estrutural. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 2., Brasília, 1981. **Anais...** Brasília, 1981.

_____. A biblioteca universitária vista como uma organização social. **Estudos Avançados em Biblioteconomia e Ciência da Informação**. Brasília, v.1, p.73-92. 1982.

_____. **Perfil do profissional da informação no Brasil**. Brasília : IEL, 1997.

VALENTIM, Marta Lígia. **Bases legais para a conceituação de Biblioteca**. [Projeção visual]. 2014. Disponível em:
<<http://www19.senado.gov.br/sdleggetter/public/getDocument?docverid=0600d187-d38f-483b-a638-f355bb07bbda;1.0>>. Acesso em: 12 mai. 2015.

VARGUES, Maria Margarida Pedrosa Correia; CALIXTO, José António; BASÍLIO, Andreia. Que estrutura organizacional nas bibliotecas universitárias? **Revista Actas**, Lisboa, n. 11, out. 2012. Disponível em:
<<http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/317>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

VERGUEIRO, Waldomiro de Castro Santos. O futuro das bibliotecas e o desenvolvimento de coleções: perspectivas de atuação para uma realidade em efervescência. **Persp. em Ciência da Informação**, Brasília, v. 2, n. 1, p. 93-107, jan./jun. 1997.

APÊNDICE A – Formulário

[Editar este formulário](#)

Pesquisa sobre Bibliotecas Universitárias e a Web

Este formulário faz parte de uma pesquisa sobre as Bibliotecas de Universidades Públicas do RJ e as ferramentas de mídias sociais, desenvolvido no Programa de Pós Graduação em Biblioteconomia da UNIRIO.

Será preenchido com as respostas recebidas em entrevistas com Gestoras das Bcas., bem como dados coletados nos ambientes virtuais das BUs estudadas.

***Obrigatório**

Nome da Universidade a qual a(s) biblioteca(s) pertence *

- UFF
- UFRJ
- UNIRIO
- UFRRJ
- UERJ
- UENF

Como se estruturam organizacionalmente as bibliotecas em questão?

- Sistema de bibliotecas
- Bibliotecas descentralizadas

Quantas bibliotecas existem na Universidade em questão?

Dentro dessa estrutura, como se dá a organização das atividades e dos serviços de cada biblioteca?

Os regimentos e normas são as mesmas para todas as bibliotecas, ou elas possuem autonomia para atuar conforme suas necessidades específicas?

Sobre o uso de mídias sociais?

Como é ordenada a publicação de conteúdo nestes canais? *

- Existe controle na utilização destas mídias.
- As bibliotecas possuem autonomia para publicar e fazer uso destas mídias conforme suas necessidades
- Outro:

Existem normas ou regras para a publicação de conteúdo em mídias sociais em nome da biblioteca? *

- Sim
- Não

Caso positivo, estas normas ou regras estão documentadas como regimento interno da biblioteca? *

- Sim, existem documentos específicos para este fim.
- Não

Caso a resposta seja negativa, considera necessário que sejam criadas "regras", a fim de ordenar a utilização destas mídias? *

Enviar

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

100% concluído.

Powered by

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.
[Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Termos Adicionais](#)

APÊNDICE B – Modelo do questionário e respostas

Modelo do questionário enviado aos Gestores das Bibliotecas Universitárias das Universidades Públicas do Rio de Janeiro

Este questionário faz parte de uma pesquisa sobre as Bibliotecas de Universidades Públicas do RJ e as ferramentas de mídias sociais, desenvolvido no Prog. de Pós Graduação em Biblioteconomia da UNIRIO.

Sua participação é muito importante para que alcancemos os objetivos da pesquisa.

Desde já agradeço!

- Estive pesquisando sobre sua (s) biblioteca(s) e verifiquei que é um sistema composto por (xx) bibliotecas (ou existem (xx) bibliotecas nas universidades e elas são descentralizadas).

1- Me fale um pouco sobre como se estruturam organizacionalmente suas bibliotecas (estão organizadas em um Sistema, quantas bibliotecas existem na UFRRJ etc.).

2 - Dentro dessa estrutura, como se dá a organização das atividades e dos serviços de cada biblioteca?

3 - Os regimentos e normas são as mesmas para todas as bibliotecas, ou elas possuem autonomia para atuar conforme suas necessidades específicas?

- Vi, durante a pesquisa realizada nos sites das bibliotecas, que algumas delas possuem perfis em mídias sociais (redes sociais, blogs, contas no Youtube...)

4 - Você pode falar um pouco sobre o uso destas mídias?

5 - Levando em consideração que estes se tornam canais oficiais de comunicação da Biblioteca com seu público... Como é ordenada a publicação de conteúdo nestes canais? Existe algum tipo de controle na utilização destas mídias, ou as bibliotecas possuem autonomia para publicar e fazer uso destas mídias?

(Caso existam normas e/ou regras)

6 - Estas normas ou regras estão documentadas como regimento interno da biblioteca?

- A pesquisa que estou realizando busca elaborar um guia de “Boas práticas” para a utilização das mídias sociais (blogs, redes sociais, youtube...) na internet, a fim de auxiliar os gestores das bibliotecas a construírem suas normas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

7 - E para isto estamos analisando normas já existentes, além da literatura sobre o tema. Eu poderia ter acesso ao seu material?

(Caso não existam normas **e/ou regras**)

- A pesquisa que estou realizando, busca elaborar um guia de “Boas práticas” para a utilização das mídias sociais (blogs, redes sociais, youtube...) na internet, a fim de auxiliar os gestores das bibliotecas a construírem suas normas, ou políticas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

6 - Você considera necessário que sejam criadas “regras”, a fim de ordenar a utilização destas mídias?

Muito Obrigada pela colaboração!!

RESPOSTA 1

- Estive pesquisando sobre as bibliotecas da UFRRJ, e gostaria de saber mais sobre o funcionamento das mesmas.

1. Me fale um pouco sobre como se estruturam organizacionalmente suas bibliotecas (estão organizadas em um Sistema, quantas bibliotecas existem na UFRRJ etc.).

A biblioteca mais antiga é a Biblioteca Central da UFRRJ instalada em Seropédica. Com o REUNI foram criados mais 2 campi em Nova Iguaçu e outro em Três Rios e em ambos foram criadas as Bibliotecas dos respectivos campi. Existe também duas Bibliotecas constituídas no Instituto de Ciências Sociais e Humanas e uma no Campus de Goytacazes.

Não somos ainda um Sistema e cada uma tem uma estrutura organizacional própria.

2 - Dentro dessa estrutura, como se dá a organização das atividades e dos serviços de cada biblioteca?

Em função das suas especificidades cada uma tem suas atividades e serviços organizados de modo próprio.

3 - Os regimentos e normas são as mesmas para todas as bibliotecas, ou elas possuem autonomia para atuar conforme suas necessidades específicas?

Não, os regimentos e normas são individuais de cada biblioteca.

- Vi, durante a pesquisa realizada nos sites das bibliotecas, que algumas delas possuem perfis em mídias sociais (redes sociais, blogs, contas no Youtube...)

4 - Você pode falar um pouco sobre o uso destas mídias?

Acredito que atualmente o uso destas mídias é uma maneira mais fácil e ágil de comunicação com os usuários

5 - Levando em consideração que estes se tornam canais oficiais de comunicação da Biblioteca com seu público... Como é ordenada a publicação de conteúdo nestes canais? Existe algum tipo de controle na utilização destas mídias, ou as bibliotecas possuem autonomia para publicar e fazer uso destas mídias?

Não existem regras ou controle sobre a utilização destas mídias. As bibliotecas têm autonomia para publicar e fazer uso destas mídias.

(Caso existam normas e/ou regras)

6 - Estas normas ou regras estão documentadas como regimento interno da biblioteca?

- A pesquisa que estou realizando busca elaborar um guia de "Boas práticas" para a utilização das mídias sociais (blogs, redes sociais, youtube...) na internet, a fim de auxiliar os gestores das bibliotecas a construírem suas normas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

7- E para isto estamos analisando normas já existentes, além da literatura sobre o tema. Eu poderia ter acesso ao seu material?

(Caso não existam normas e/ou regras)

- A pesquisa que estou realizando, busca elaborar um guia de "Boas práticas" para a utilização das mídias sociais (blogs, redes sociais, youtube...) na internet, a fim de auxiliar os gestores das bibliotecas a construírem suas normas, ou políticas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

6 - Você considera necessário que sejam criadas "regras", a fim de ordenar a utilização destas mídias?

O uso das mídias não está documentado em nenhum regimento interno. Não, acho que apenas um bom discernimento em relação ao que postar num site de biblioteca já é o suficiente.

RESPOSTA 2

- Estive pesquisando sobre as bibliotecas do NDC e gostaria de saber mais sobre alguns aspectos:

1 - Me fale um pouco sobre como se estrutura organizacionalmente seu sistema de bibliotecas.

Para atender aos 325 cursos de graduação e pós-graduação oferecidos atualmente na cidade de Niterói e em outros 7 (sete) municípios do interior do Estado do Rio: Campos dos Goytacazes, Nova Friburgo, Rio das Ostras, Macaé, Petrópolis, Santo Antônio de Pádua e Volta Redonda, a UFF tem 29 bibliotecas que são coordenadas técnica e administrativamente pela Superintendência de Documentação (SDC) – Sistema de Bibliotecas e Arquivo, órgão suplementar subordinado ao Gabinete do Reitor (GAR).

A SDC tem como missão apoiar os programas de ensino, pesquisa e extensão da Universidade através do desenvolvimento de serviços e produtos que atendam às necessidades de informação da comunidade.

Além das bibliotecas, fazem parte do organograma da SDC:

- Laboratório de Reprografia (LARE);
- Laboratório de Conservação e Restauração de Documentos (LACORD);
- Grupos Assessores Técnicos (GATs);
- Conselho Deliberativo (CDL).

Para a gestão das suas unidades, a SDC conta com a seguinte estrutura:

- Coordenação de Arquivos (CAR);
- Coordenação de Bibliotecas (CBI).

2 - Dentro dessa estrutura, como se dá a organização das atividades e dos serviços de cada biblioteca?

A Coordenação de Bibliotecas, através das suas Seções: Seção de Processamento Técnico (SPTE), Seção de Planejamento e Desenvolvimento de Coleções (SPDC) e Seção de Informação Referencial (SIRE) é responsável pela orientação das ações desenvolvidas nas 29 bibliotecas São atribuições da CBI e suas seções.

- Coordenação das atividades de informatização desenvolvidas nas 29 unidades do sistema;
- Normalização da representação descritiva e temática de documentos visando à padronização da base de dados que compõe o catálogo eletrônico da SDC;
- Avaliação da qualidade e integridade da base de dados;
- Estabelecimento de políticas para avaliação e atualização das coleções;
- Execução, coordenação e acompanhamento da aquisição de material bibliográfico para a Universidade;
- Estabelecimento de políticas voltadas para a circulação de material bibliográfico e atendimento aos usuários.

3 - Os regimentos e normas são as mesmas para todas as bibliotecas, ou elas possuem autonomia para atuar conforme suas necessidades específicas?

Sim, considerando a resposta dada ao item 2, existem padrões – principalmente em relação aos serviços prestados - que devem ser seguidos pelas unidades.

- Vi, durante a pesquisa realizada nos sites das bibliotecas, que algumas delas possuem perfis em redes sociais, blogs, contas no Youtube...

4 - Você pode falar um pouco sobre o uso destas mídias?

No nosso entendimento, mídias como blogs, redes sociais e contas no Youtube são úteis para promover a aproximação da Biblioteca com seu público, além de ser uma alternativa de comunicação para prestação de serviços de referência.

5 - Levando em consideração que estes se tornam canais oficiais de comunicação da Biblioteca com seu público... Como é ordenada a publicação de conteúdo nestes canais? Existe algum tipo de controle na utilização destas mídias, ou as bibliotecas possuem autonomia para publicar e fazer uso destas mídias?

As Bibliotecas têm autonomia para publicação de conteúdo, com orientações da Seção de Informação Referencial (SIRE): uso de imagens e logomarcas; informações sobre subordinação da Biblioteca à SDC/UFF; horário de atendimento; serviços, etc..

(Caso existam normas e/ou regras)

6 - Estas normas ou regras estão documentadas como regimento interno da biblioteca?

- A pesquisa que estou realizando busca elaborar um guia de "Boas práticas" para a utilização das mídias sociais (blogs, redes sociais, youtube...) na internet, a fim de auxiliar os gestores das bibliotecas a construir suas normas, ou políticas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

7 - E para isto estamos analisando normas já existentes, além da literatura sobre o tema. Eu poderia ter acesso ao seu material?

(Caso não existam normas e/ou regras)

- A pesquisa que estou realizando, busca elaborar um guia de "Boas práticas" para a utilização das mídias sociais (blogs, redes sociais, youtube...) na internet, a fim de auxiliar os gestores das bibliotecas a construir suas normas, ou políticas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

6 - Você considera necessário que sejam criadas "regras", a fim de ordenar a utilização destas mídias?

Acreditamos que é importante haver alguns padrões.

RESPOSTA 3

- Estive pesquisando sobre as bibliotecas da UENF e verifiquei que são bibliotecas isoladas umas das outras.

1- Me fale um pouco sobre como se estruturam organizacionalmente as bibliotecas da UENF.

R: As bibliotecas da UENF são setoriais, ou seja, tem uma em cada centro: CCT (este centro possui 2, uma no campus de Campos dos Goytacazes e outra em Macaé), CCH, CCTA e CBB. Cada centro mantém sua biblioteca, os projetos são independentes, mas podem haver projetos beneficiando todas, como compra de livros e manutenção do sistema do banco de dados que é o mesmo utilizado em todas as bibliotecas.

2 - Dentro dessa estrutura, como se dá a organização das atividades e dos serviços de cada biblioteca

R: São independentes, cada biblioteca estipula como o acervo é utilizado, prazo de empréstimos, tipo de material e serviços disponíveis.

3 - Os regimentos e normas são as mesmas para todas as bibliotecas, ou elas possuem autonomia para atuar conforme suas necessidades específicas?

R: Cada biblioteca possui seu regulamento.

- Vi, durante a pesquisa realizada nos sites das bibliotecas, que algumas delas possuem perfis em redes sociais, blogs, contas no Youtube...

4 - Você pode falar um pouco sobre o uso destas mídias?

O uso da mídia ajuda na divulgação do acervo, aproxima mais os usuários da biblioteca e também é utilizado para informar sobre horários ou eventos na biblioteca. Cada biblioteca tem autonomia para utilizar a mídia de seu interesse.

5 - Levando em consideração que estes se tornam canais oficiais de comunicação da Biblioteca com seu público... Como é ordenada a publicação de conteúdo nestes canais? Existe algum tipo de controle na utilização destas mídias, ou a biblioteca possui autonomia para publicar e fazer uso destas mídias?

R: Cada biblioteca usa a mídia do seu interesse e a ordenação da publicação do conteúdo depende também dos objetivos que cada biblioteca pretende atingir. No caso da biblioteca que trabalho o objetivo é divulgar o acervo recém chegado na biblioteca (entendem-se os livros já preparados para empréstimo) e divulgar informações sobre serviços, horários, etc.

(Caso existam normas e/ou regras)

6 - Estas normas ou regras estão documentadas como regimento interno da biblioteca?

R: Sim

- A pesquisa que estou realizando busca elaborar um guia de "Boas práticas" para a utilização das mídias sociais (blogs, redes sociais, youtube...) na internet, a fim de auxiliar os gestores das bibliotecas a construir suas normas, ou políticas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

7 - E para isto estamos analisando normas já existentes, além da literatura sobre o tema. Eu poderia ter acesso ao seu material?

Sim, a norma está disponível no site da biblioteca.

(Caso não existam normas e/ou regras)

- A pesquisa que estou realizando, busca elaborar um guia de "Boas práticas" para a utilização das mídias sociais (blogs, redes sociais, youtube...) na internet, a fim de auxiliar os gestores das bibliotecas a construir suas normas, ou políticas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

6 - Você considera necessário que sejam criadas "regras", a fim de ordenar a utilização destas mídias?

R: Atualmente a mídia usada na biblioteca que trabalho não possui normas/regras e não vejo, por enquanto, a necessidade de uma.

RESPOSTA 4

- Estive pesquisando sobre as bibliotecas do SIBI UFRJ e gostaria de saber mais sobre alguns aspectos:

1- Me fale um pouco sobre como se estrutura organizacionalmente seu sistema de bibliotecas (Tipo de sistema, quantas unidades...)

www.sibi.ufrj.br

Somos um sistema composto por 45 bibliotecas. Atendemos 266 cursos de graduação, 110 de pós-graduação, os técnico-administrativos, 4000 professores e a comunidade em geral. . Nosso publico visitante é estimado em um milhão/900.000 visitas ao ano.

2 - Dentro dessa estrutura, como se dá a organização das atividades e dos serviços de cada biblioteca?

O SiBI tem seus padrões técnicos definidos e os bibliotecários e auxiliares são permanentemente treinados e cobrados pela aplicação das normas e padrões. Temos um catálogo único para todas as bibliotecas, na internet e com acesso aberto que apresenta o volume de. 4 milhões de acessos ao ano.

Temos serviços realizados de modo colaborativo entre profissionais de diversas bibliotecas com um mesmo objetivo, por exemplo, grupo de treinamento no uso de recursos informacionais.

Cada biblioteca é livre para criar e oferecer novos serviços, além dos básicos e padronizados como empréstimo, renovação e reserva on line.

Cada biblioteca representa a Universidade quando faz parte de redes temáticas, por exemplo, CBIES, REDARTE, etc

3 - Os regimentos e normas são as mesmas para todas as bibliotecas, ou elas possuem autonomia para atuar conforme suas necessidades específicas?

Há um regimento do SiBI que tem as premissas gerais ao sistema. A partir daí, cada biblioteca po, de fazer o seu dentro de sua realidade, conjuntura, infraestrutura, acervo e usuários.

- Vi, durante a pesquisa realizada nos sites das bibliotecas, que algumas delas possuem perfis em redes sociais, blogs, contas no Youtube...

4 - Você pode falar um pouco sobre o uso destas mídias?

O uso das mídias já não é mais uma tendência, é o cotidiano. Toda a biblioteca que tem condições de gerir com qualidade qq mídia social, pode oferecer o serviço. Dá mais visibilidade aos serviços e produtos, aproxima a biblioteca de seus usuários. E assim tem sido e será, fazer uso sempre das inovações em prol da qualidade na prestação de serviços.

5 - Levando em consideração que estes se tornam canais oficiais de comunicação da Biblioteca com seu público... Como é ordenada a publicação de conteúdo nestes canais? Existe algum tipo de controle na utilização destas mídias, ou as bibliotecas possuem autonomia para publicar e fazer uso destas mídias?

Possuem autonomia total. No entanto requisitos obrigatórios são: logo da UFRJ e do SIBI, do Portal CAPes.

(Caso existam normas e/ou regras)

6 - Estas normas ou regras estão documentadas como regimento interno da biblioteca?

- A pesquisa que estou realizando busca elaborar um guia de "Boas práticas" para a utilização das mídias sociais (blogs, redes sociais, youtube...) na internet, a fim de auxiliar os gestores das

bibliotecas a construírem suas normas, ou políticas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

7 - E para isto estamos analisando normas já existentes, além da literatura sobre o tema. Eu poderia ter acesso ao seu material?

(Caso não existam normas e/ou regras)

- A pesquisa que estou realizando, busca elaborar um guia de "Boas práticas" para a utilização das mídias sociais (blogs, redes sociais, youtube...) na internet, a fim de auxiliar os gestores das bibliotecas a construírem suas normas, ou políticas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

6 - Você considera necessário que sejam criadas "regras", a fim de ordenar a utilização destas mídias?

Sempre recomendo que só se ofereça qualquer serviço pela internet quando se tem um profissional para cuidar dele. pessoa que saiba se relacionar com o publico, seja criativa e conheça muito bem as atividades das bibliotecas e do SiBI. Educação e ética são valores fundamentais.

Os serviços devem ser eficazes e eficientes; ganhar a confiança dos usuários mostrando regularidade, atualidade e respeito.

RESPOSTA 5

- Estive pesquisando sobre o Sistema de Bibliotecas da UNIRIO, e gostaria de saber mais sobre seu funcionamento.

1- Me fale um pouco sobre como se estrutura organizacionalmente seu sistema de bibliotecas.

A Biblioteca Central é o órgão coordenador técnico e administrativo de todas as bibliotecas da universidade. Sua forma administrativa de funcionamento é a sistêmica, conforme o estabelecido em seu regimento geral. Veja:

Art. 9º - A Biblioteca Central orienta as atividades tecno-administrativas comuns às unidades orgânicas das Bibliotecas da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO que funciona de forma sistêmica e estabelece normas gerais que as disciplinam, em concordância com o Regimento Geral da Universidade.

2 - Dentro dessa estrutura, como se dá a organização das atividades e dos serviços de cada biblioteca?

A padronização dos serviços é definida de forma participativa pelas duas Divisões da BC que definem:

1- Divisão técnica tem as seguintes funções:

- Padronização e execução do processamento técnico;
- Política, controle e execução do desenvolvimento do acervo;
- Política, controle e execução da informação digital.

2- Divisão de Atendimento aos usuários:

1. Padronização e controle dos serviços de referência básica e circulação da BC;
2. Padronização e controle dos serviços das unidades setoriais;
3. Administração dos Laboratórios Santander e Eterna, sala multimídia e Fonoteca;
4. Gestão do uso e controle dos acervos especiais da Biblioteca Central (BIJU, Obras especiais, e produção intelectual antiga (TCC).

3 - Os regimentos e normas são as mesmas para todas as bibliotecas, ou elas possuem autonomia para atuar conforme suas necessidades específicas?

O regimento estabelece em seu artigo nº44 que todas as unidades são subordinadas à BC, porém há profissionais que criam seus mecanismos de comunicação e estabelecem seus padrões sem que isso seja discutido e adotado por todas as unidades. Estas ações são sempre bem-vindas porque tentam atender as necessidades específicas de suas comunidades. Nestes casos, a BC tenta incorporar estas iniciativas em sua página que é única para todo o Sistema. O que nem sempre é conseguido por questões técnicas.

Também destacamos que dentro do programa de capacitação e qualificação da equipe do Sistema alguns profissionais desenvolvem projetos e experiências piloto de suas pesquisas sem necessariamente serem incluídos no Sistema de Bibliotecas oficialmente.

- Vi, durante a pesquisa realizada nos sites das bibliotecas, que algumas delas possuem perfis em redes sociais, blogs, contas no Youtube...

4 - Você pode falar um pouco sobre o uso destas mídias?

Como relatado acima seria necessário que vc identificasse uma situação específica para que pudéssemos explicar.

5 - Levando em consideração que estes se tornam canais oficiais de comunicação da Biblioteca com seu público... Como é ordenada a publicação de conteúdo nestes canais? Existe algum tipo de controle na utilização destas mídias, ou as bibliotecas possuem autonomia para publicar e fazer uso destas mídias? Nem sempre podem ser considerados como canais oficiais, é oficial aquilo que está no site oficial da Biblioteca Central. Mas, há controvérsias quanto a este posicionamento.

Quanto a questão da autonomia as unidades setoriais, oficialmente não possuem autonomia, mas algumas unidades inovam mais rápido do que conseguimos socializar com o grupo. Isto é legal? Ou desejável? Não. É benéfico para comunidade acadêmica? Precisamos verificar.

(Caso existam normas e/ou regras)

6 - Estas normas ou regras estão documentadas como regimento interno da biblioteca? **Não**

- A pesquisa que estou realizando busca elaborar um guia de "Boas práticas" para a utilização das mídias sociais (blogs, redes sociais, youtube...) na internet, a fim de auxiliar os gestores das bibliotecas a construírem suas normas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

7 - E para isto estamos analisando normas já existentes, além da literatura sobre o tema. Eu poderia ter acesso ao seu material?

(Caso não existam normas e/ou regras)

- A pesquisa que estou realizando, busca elaborar um guia de "Boas práticas" para a utilização das mídias sociais (blogs, redes sociais, youtube...) na internet, a fim de auxiliar os gestores das bibliotecas a construírem suas normas, ou políticas para a utilização e publicação de conteúdo em mídias sociais na internet.

6 - Você considera necessário que sejam criadas "regras", a fim de ordenar a utilização destas mídias? **Sim, sem dúvidas. Como vc bem aponta o usuário que acessa estas mídias cria uma expectativa de que seja um canal oficial. É necessário estabelecer padrões e regras visando a um melhor serviço. Neste sentido, seu trabalho é extremamente oportuno e gostaríamos de ter acesso a ele quando vc terminar.**

RESPOSTA 6

1. Me fale um pouco sobre como se estrutura organizacionalmente seu sistema de bibliotecas.

A Rede Sirius não está estruturada como sistema e sim como Rede. Fundamentada no trabalho em equipe, está inserida numa estrutura organizacional horizontalizada, composta de 23 bibliotecas, 4 núcleos, 4 seções, além da Direção e um órgão colegiado. Neste último atuam servidores da rede, docentes e discentes. A gestão da Rede Sirius tem como missão “atuar na promoção do acesso à informação e dar suporte de ensino, pesquisa e extensão no âmbito de Universidade”

2. Dentro dessa estrutura, como se dá a organização das atividades e dos serviços de cada biblioteca?

A Rede Sirius possui os Núcleos de Planejamento e Administração (PLANAD), de Processamentos Técnicos (NProtec), de Informática (Informat) e de Memória, Informação e Documentação (MID), aos quais competem o estabelecimento de políticas e monitoramento de execução pelas bibliotecas. Portanto, as bibliotecas atuam em consonância com as diretrizes das referidas políticas.

3. Os regimentos e normas são as mesmas para todas as bibliotecas, ou elas possuem autonomia para atuar conforme suas necessidades específicas?

A Rede Sirius possui um único regimento que estabelece o funcionamento de toda a sua estrutura. Porém, cada biblioteca possui demandas específicas que podem ser atendidas conforme a metodologia própria de trabalho. Com isso, temos bibliotecas com ferramentas de comunicação próprias.

4. Vi, durante pesquisa (...) que algumas delas possuem (...) redes sociais, blogs, contas no youtube. Você pode falar um pouco sobre o uso dessas mídias sociais.

Os canais de comunicação oficialmente utilizados pela Rede são site, blog, facebook e twitter. O blog da Rede Sirius foi o primeiro blog de biblioteca universitária do estado do Rio de Janeiro, e segundo do país. O primeiro post foi publicado em 19 de maio de 2009. Antes deste, somente a Unisinos (RS) já possuía um blog de biblioteca universitária.

5. Levando em consideração (...) Existe algum tipo de controle na utilização dessas mídias?

Atualmente, existe uma Ordem de Serviço (em anexo) que norteia o uso das redes sociais e blogs. De qualquer modo, a comunicação da Rede iniciou suas atividades usando sites e em 2009 passou para o uso do blog. No Núcleo de Memória existe uma seção de divulgação que trabalha como editoria do blog. Os textos e assuntos publicados pelo blog da Rede normalmente são criados ou compartilhados através do Núcleo de Memória. Contudo, existe uma concordância de que, como as bibliotecas da Rede guardam entre si semelhanças e diferenças de trabalho, usuários e interesses, todas têm liberdade e autonomia para criar e manter seus próprios perfis nas redes sociais. O Núcleo MID, por sua vez, auxilia as bibliotecas na criação e manutenção desses perfis e repercute no perfil central da Rede tudo o que é produzido pelas bibliotecas setoriais ou núcleos. Além disso, fica a cargo do MID escolher que tipo de perfis seguir, ou com quem interagir dentro das redes. Como

exemplo há, desde que abrimos nosso perfil, uma saudável troca de posts de twitter entre a Rede Sirius e as bibliotecas da PUC e da FGV, além da FBN.

6. Estas normas ou regras estão documentadas como regimento interno da biblioteca?

Como dissemos, há a ordem de serviço que orienta a comunicação nas redes. Estamos enviando a OS em anexo.

7. E para isto estamos analisando normas já existentes, além da literatura sobre o tema. Eu poderia ter acesso ao seu material?

Sim, já respondido nas perguntas acima.

APÊNDICE C – Produto Final

**BOAS PRÁTICAS EM MÍDIAS SOCIAIS
para Bibliotecas Universitárias**



[sua biblioteca]

Soraia Capello
[parceiros]

Rio de Janeiro
2016



Apresentação

As bibliotecas universitárias brasileiras estão cada vez mais inseridas nas mídias sociais, através de perfis institucionais para interlocução com seus usuários via estes canais.

Considera-se importante estabelecer padrões e regras que otimizem a utilização das plataformas tecnológicas.

Deste modo, este guia prático visa auxiliar o uso de ferramentas de mídias sociais para as bibliotecas de universidades públicas brasileiras.

Trazendo orientações sobre as melhores práticas nestas mídias, de forma que guiem os bibliotecários na conduta diante do seu público-alvo, no planejamento do conteúdo a ser publicado nestes canais de comunicação, bem como seu monitoramento.

Lembre-se sempre de estar em consonância com a Universidade e sua Missão.



Introdução

As bibliotecas vêm se deparando com uma nova geração de utilizadores online que possui uma inteligência tecnológica própria e estão cada vez mais associando o acesso à informação em meio digital e o seu uso em todas os setores de suas vidas. As novas plataformas tecnológicas proporcionam maior eficácia no envolvimento dos usuários de bibliotecas, dessa forma a utilização de serviços da Web tem se tornado fundamental para sua renovação frente às exigências da sociedade atual.

É necessário que as bibliotecas, sobretudo as universitárias, compreendam que as novas tecnologias vêm alterando as formas de criação, busca e processamento de informações, e ainda, que percebam que junto à esta transformação, surgem novas necessidades e demandas nos usuários.

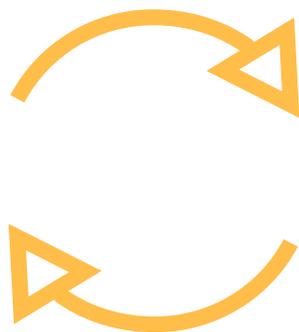
As ferramentas de mídias sociais permitem alta interação e colaboração, além do compartilhamento simplificado de conteúdo e servem como base para que a biblioteca universitária contemporânea esteja atualizada de acordo com a comunidade da universidade em que atua e com sua missão: oferecer suporte ao ensino, a pesquisa e à extensão.



Conceitos básicos

usados neste guia

REDES
SOCIAIS



MÍDIAS
SOCIAIS

Atualmente tornou-se comum falar em redes sociais ao fazer alusão as mídias que permitem o relacionamento online, entretanto as chamadas redes sociais não se restringem a comunicação mediada por computador (CMC), mas sim a uma estrutura social, em que não é possível dissociar os atores sociais de suas conexões, sejam online ou off-line. De acordo com Recuero (2009, p. 103) os sites de redes sociais atuam como suporte para as dinâmicas interacionais das redes sociais. São apenas sistemas ou ferramentas que permitem que os atores sociais constituam as redes em que interagem através da internet. Estas mídias permitem a visibilidade e interação das redes sociais e a possibilidade de manutenção dos laços sociais estabelecidos fora da Web

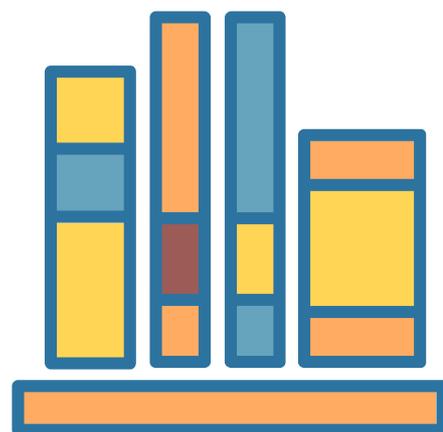
Os sistemas online que possibilitam a interação social, a partir do compartilhamento e da concepção colaborativa de informação nos mais variados formatos (BRASIL, 2014, p. 8), podem ser denominados como ferramentas 2.0; ferramentas colaborativas; ferramentas sociais; mídias sociais. Para fins deste guia optou-se por utilizar o termo mídias sociais. Alguns exemplos destas ferramentas são: Blogs; Mensagens instantâneas por qualquer via digital (SMS, Messenger, Snapchat, Whatsapp etc.); Microblogs (Twitter, Tumblr etc.); Serviços de compartilhamento de fotos (ex. Instagram, Flickr etc); Redes sociais (Facebook, LinkedIn, MySpace etc.); Compartilhamento de vídeos (Youtube, Vimeo, Instagram); Wikis (Wikipedia, Pbwiki), dentre outras.

Atuação da biblioteca nas mídias sociais

A biblioteca deve usar as mídias sociais a seu favor, buscando aprimorar seus produtos e serviços, como: serviço de referência virtual, treinamento de usuários através de tutoriais em vídeos, aproximação com os usuários e impulsionamento de novos conteúdos para eles de forma ágil e interativa.

A atuação da biblioteca nas mídias sociais deve ser precedida de um planejamento que garanta o mínimo de dificuldades para os usuários se adaptarem e só deve ser realizada se realmente for gerar melhoria para a biblioteca, pois a implementação destes serviços necessita de uma grande mudança nos métodos de organização e deve ser encarada como uma decisão administrativa, que carece de uma mobilização em recursos humanos, muitas vezes recursos financeiros e que gera alterações na rotina dos serviços bibliotecários.

Ao escolher qual (is) mídia(s) irá utilizar é necessário avaliar o público-alvo, e o objetivo da publicação. Esta avaliação é que vai definir o meio, o tipo de conteúdo e em que forma atuar. Ainda que se verifique a impossibilidade de atuar em nome da instituição em algumas mídias, ou que se opte em utilizar somente uma ou duas, é extremamente importante que os colaboradores (servidores) estejam cientes de que a biblioteca em que atua está presente no ambiente online.



Atuação da biblioteca nas mídias sociais

As pessoas podem citar, criticar, inserir fotos ou vídeos relacionados à biblioteca. Os próprios colaboradores possuem perfis pessoais nas mídias sociais e podem vir a falar de assuntos de trabalho, o que pode trazer benefícios ou prejuízos à instituição.

Portanto é necessário estar atento às boas práticas nas mídias sociais.

O colaborador deve ter em mente que ao publicar um conteúdo em uma mídia social em que a biblioteca participa está representando a Universidade em que atua, mesmo que não tenha sido nomeado como um porta-voz oficial. Sendo assim, é de responsabilidade da equipe e da chefia da biblioteca toda e qualquer informação veiculada através de mídias sociais da biblioteca.

As mídias sociais que a biblioteca utiliza

Em meio as diversas mídias sociais que existem, a [biblioteca] optou em participar de [listar as mídias sociais que a biblioteca atua].

Nome de usuário:

[Identificação do perfil ou fanpage criado]

Endereço eletrônico: [URL]



Esteja atento às mídias sociais que sua biblioteca participa!

Um pouco sobre

as principais mídias sociais

Facebook



É uma rede de relacionamento online que combina diversas ferramentas em uma única mídia, por exemplo a junção de mensagens instantâneas, upload de fotos e vídeos, uso de tags, Além de permitir publicações sem limites de caracteres (podendo comentar, curtir e compartilhar) através da criação de um perfil. A plataforma permite que grupos sejam criados e que pessoas com interesses em um determinado assunto possam estar sempre por dentro das novidades a este relacionadas. Para o caso de instituições, sejam elas privadas ou públicas, a dinâmica é parecida, mas as regras, configurações e a forma de utilização são diferentes (BRASIL, 2014, p.21). Devem ser criados Fan pages (uma página) institucional e não perfis pessoais com o nome da instituição. O Facebook pode ser utilizado pela biblioteca como um canal de comunicação direta com seus usuários, usando a ferramenta para anunciar eventos; workshops; fazer lembretes aos usuários; fornecer informações sobre novas aquisições ou horários de funcionamento etc.

Youtube



É uma mídia que permite que seus usuários publiquem, visualizem e compartilhem vídeos em formato digital gratuitamente. Disponibiliza a criação de canais e listas de reprodução e permite interação através de comentários em que os usuários podem dar um feedback sobre o conteúdo assistido. Pode ser usado como canal para compartilhamento de tutoriais de funcionamento da biblioteca no treinamento de usuários, por exemplo.

Um pouco sobre

as principais mídias sociais

Twitter



É uma ferramenta considerada como um microblog que permite que usuários postem pequenas mensagens de até 140 caracteres, caracterizando-se assim como uma rede de informação em tempo real. O Twitter é composto pelos followers e following que são, respectivamente, os seguidores e as pessoas a quem seguir. Estes usuários se conectam aos assuntos, ideias, opiniões e notícias que mais se identificam. Ao criar um perfil no Twitter, o usuário gera um @username, que é a sua identidade única. Este @username vai ser utilizado pelas pessoas para mencionar ou enviar mensagens para este usuário. A hashtag (#) é um símbolo que ao preceder qualquer palavra ou frase, no Twitter, as transforma em um link. Este recurso serve para agrupar todas as citações e conversas sobre determinado assunto. Outro recurso que o Twitter oferece é a possibilidade de replicar algum tweet que o usuário considere interessante através do retweet. Assim como o Facebook, o Twitter também pode ser utilizado pela biblioteca como um canal para a interlocução direta com seus usuários.

Instagram

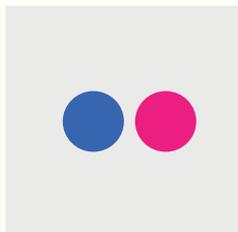


É uma mídia social que tem como foco a publicação de imagens. A ferramenta permite que seus usuários criem um perfil, façam upload de uma foto ou vídeo e comentem. As postagens no Instagram podem ser compartilhadas nas outras mídias sociais. A plataforma pode ser utilizado pela biblioteca como uma ferramenta de marketing digital, para divulgação dos produtos e serviços oferecidos.

Um pouco sobre

as principais mídias sociais

Flickr



É uma plataforma que permite a organização de fotos, vídeos e outros recursos gráficos, possibilitando um processo colaborativo em que outras pessoas auxiliam na classificação e criação de temas, não somente através de comentários, mas também na criação de notas e tags. O uso desta ferramenta em bibliotecas está relacionado ao repositório digital para mídias digitais, onde a biblioteca ficaria responsável por esse armazenamento, facilitando a busca já que à medida que essas informações crescem como metadados, passam a ser encontradas facilmente.

Blogs



São ferramentas com um conceito de veículo de informação que permitem a publicação de artigos ou posts à baixos custos. Normalmente, os blogs fornecem notícias ou comentários sobre um assunto ou funcionam como um diário. Os novos sistemas de criação e edição de blogs são muito atrativos pois oferecem facilidades nos tipos, formatos e dispositivos que podem ser utilizados para publicação de conteúdo em qualquer lugar, sem precisar ter habilidades como programador. Usado em bibliotecas, os blogs, oferecem uma maneira de envolver os usuários e impulsionar novos conteúdos a eles. Algumas bibliotecas transformam sua homepage ou sites em um blog - uma boa oportunidade de estar diretamente ligado à comunidade e também responder rapidamente ao seu feedback.





Presença diária

É de suma importância que as bibliotecas mantenham seus perfis e páginas nas mídias sociais sempre atualizados. Desta forma estarão marcando presença no dia-a-dia de seus usuários. Estas atualizações podem ser publicações de novas mensagens ou pelo compartilhamento de mensagens de outros, que interessem seu público-alvo. A Secretaria de Comunicação do Governo Federal apresenta um quadro que apresenta sugestões de quantidade de posts por tipo de mídia social, por meio de uma frequência média de postagens e as características do conteúdo, veja:

Mídia Social	Volume Médio de Postagens	Características
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> • Ao menos 2 por dia, incluindo os finais de semana; 	<ul style="list-style-type: none"> • A tonalidade deve ser definida a partir da necessidade de divulgação do momento (noticioso, institucional ou serviço); • Explorar imagens que chamem a atenção dos usuários e utilize <i>link</i> para informações complementares; • Textos curtos e objetivos (até 120 caracteres) para evitar que o conteúdo seja encurtado pela própria plataforma; • Usar artifícios que estimulem a interatividade;
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> • Entre 15 e 20 postagens diárias, incluindo finais de semana; 	<ul style="list-style-type: none"> • Linguagem mais informal e direta. Apesar de permitir já a publicação de imagens, o texto ainda é mais forte; • Pela limitação de caracteres, é importante usar um <i>link</i> que direcione o público para mais informações;
Youtuba	<ul style="list-style-type: none"> • Ao menos 1 vídeo por semana; 	<ul style="list-style-type: none"> • Sempre que possível e viável publique somente vídeos com alta resolução de imagem; • Evite vídeos extremamente longos. Edite se for o caso para torná-lo mais palatável ao público; • Preencha o descritivo de maneira completa para situar o usuário sobre o que ele vai assistir e utilize o recurso de <i>tags</i> para que os vídeos sejam encontrados; • Para temas especiais ou sequências de vídeos sobre o mesmo tema, crie listas de reprodução;
Flickr	<ul style="list-style-type: none"> • Ao menos um álbum com 10 fotos por semana; 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabalhe com imagens em alta resolução; • Verifique e escolha as políticas e regras de reprodução que pretende autorizar para suas imagens; • Preencha o descritivo de maneira completa para situar o usuário sobre o que ele vai assistir e utilize o recurso de <i>tags</i> para que as imagens sejam encontradas; • Crie álbuns por temas para facilitar a busca e navegação do público que tem interesses específicos;

<i>Instagram</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ao menos 3 fotos por dia; 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabalhe com imagens em alta resolução; • Escolha os efeitos, mas cuidado para não abusar dos recursos e transformar a foto em algo que possa comprometer a compreensão; • Preencha o descritivo de maneira completa para situar o usuário sobre o que ele vai assistir e utilize o recurso de <i>tags</i> para que as imagens sejam encontradas;
<i>Blogs</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ao menos 2 posts por dia; 	<ul style="list-style-type: none"> • Linguagem mais formal, informativa e com padronização de regras ortográficas e gramaticais, mas sem a utilização de termos rebuscados ou técnicos demais que possam comprometer a compreensão do cidadão; • Utilização de <i>tags</i> e técnicas de SEO (<i>Search Engine Optimization</i>, ou recursos de otimização de busca) que ajudam os usuários a encontrar suas publicações;



Imagens, infográficos ou vídeos

Nas mídias sociais para se obter um bom resultado ao publicar um conteúdo é necessário avaliar sua relevância e complexidade, levando em consideração que se está lidando com um público diversificado, que busca leituras rápidas e que compartilham as informações que leem.

Por isso, a melhor forma de cobrir todo o ciclo de informação na internet é utilizando conteúdos simples, objetivos, diretos e com a menor extensão possível. A maneira de se trabalhar o conteúdo torna-se importante, pois determinadas situações podem ser impossíveis de serem expressas em textos simples. Quanto mais simples e menos relevante for um certo conteúdo, menos recursos multimídia devem ser empregados. Entretanto, quanto mais complexo, mais recursos devem ser utilizados.

A Secretaria de Comunicação (SECOM) do Governo Federal apresenta algumas situações sobre quando usar cada tipo de conteúdo: texto puro; imagens e/ou infográficos e vídeos e/ou infográficos animados.

Texto puro:

Deve ser um recurso utilizado apenas para conteúdos simples, lineares e que funcionem como apoio à navegação como um todo.

Vídeos e/ou infográficos:

Voltados para conteúdos complexos e de apoio (como instruções para participar de uma determinada ação colaborativa). O uso de infográficos deve ser o primeiro passo, pois ele tem um custo menor de produção do que vídeos e desperta a atenção do público aumentando o potencial de engajamento em relação a textos simples, por exemplo. Quando o conteúdo for complexo demais para ser descrito em um infográfico, vídeos devem entrar em cena.

Imagens e/ou infográficos:

A maior parte do conteúdo das redes enquadra-se nesse ponto, composto por informações relevantes, mas simples de serem entendidas. Isso inclui desde postagens de relacionamento a ilustrações de resultados de programas.

Boas Práticas

em mídias sociais

As páginas ou perfis criados em nome da biblioteca são uma representação de sua missão e seus valores, portanto é importante atuar buscando sempre o melhor desempenho com transparência e ética. Para isto, é importante adotar boas práticas consideradas como ideais para o mercado da comunicação.

Além disso, ao seguir essas práticas, é possível economizar recursos e diminuir os riscos de acontecerem crises de imagem e reputação desnecessárias. Cabe ressaltar que as informações publicadas são de responsabilidade do colaborador, entretanto deve-se ter em mente que atingem a todos os envolvidos nos conteúdos das mensagens. Outro fator que deve ser levado em consideração é que a partir do momento em que os colaboradores definirem o seu local de trabalho em seus perfis pessoais, eles invariavelmente terão também um teor institucional/profissional. Ou seja, a separação entre um e outro é relativa e pode suscitar interpretações distintas. Há algumas boas práticas simples que devem ser seguidas:



1. Você é uma pessoa pública

Sempre que postar algo nas mídias sociais, entenda que o conteúdo da sua mensagem será visto por colegas, chefes, usuários, fornecedores, parceiros de negócio, amigos e familiares.

2. Seus seguidores/ amigos vão confundir o seu “eu” pessoal com o seu “eu” profissional

Você pode não ser o porta-voz oficial da instituição na qual trabalha mas, a partir do momento que deixar público seu perfil numa mídia social, será visto pelos demais usuários (amigos, seguidores, colegas, fãs, etc.) como alguém que fala em nome da instituição em que trabalha. Evite postar qualquer coisa que possa gerar danos à biblioteca e a IES.





3. Escrever na rede é o mesmo que escrever em pedra
Escrever não é o mesmo que falar: suas palavras ficam na web e são indexadas quase que instantaneamente por outras redes. Assim, mesmo que apague um post do qual tenha se arrependido, ele provavelmente já terá sido indexado pelo Google e por outros sites, se perenizando na Internet e ao alcance de todos os usuários. Pense antes de publicar; se for para se arrepender, arrependa-se antes de escrever.



4. Proteja-se
Uma crise envolvendo posts em mídias sociais feitos por um colaborador e prejudicando a empresa nunca tem a empresa como alvo único e pode acabar causando danos de imagem também aos seus funcionários.

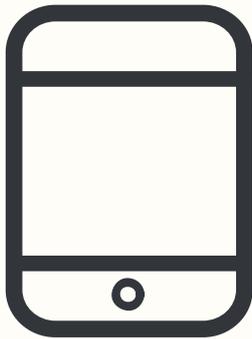


5. Nunca deixe de ser você
Como qualquer cidadão, você é livre para pensar e expressar o que desejar, da forma que preferir. Mas, como qualquer pessoa pública, tem que entender que tudo o que expressar provavelmente trará consequências, sejam estas positivas ou negativas. (BRASIL, 2014, p. 107)



De acordo com o Interactive Advertising Bureau (I201?, p.11) o processo de produção de conteúdo não se resume apenas à produção de textos e imagens para publicação nas mídias sociais. Ao se produzir um conteúdo é necessário realizar um planejamento sobre o que deseja comunicar, quais as motivações, com quem se deseja falar e como irá se comunicar. É neste momento que se identifica o público-alvo e se definem as mensagens, os canais (qual mídia usar), conteúdos e linha editorial (texto puro infográficos, imagens ou vídeos). Relembrando que é importante pensar a periodicidade de publicação, que está diretamente ligada a mídia escolhida e ao objetivo da comunicação.

Por exemplo: se o seu objetivo é aumentar a base de seguidores, deve manter uma alta frequência de atualização nas mídias sociais. Além disso, quando pensamos nas diretrizes para produção de conteúdo é importante também considerarmos algumas tendências como são os



Conteúdos Snack: a preferência pelo consumo de conteúdos mais breves, com pequenas doses de informações, muitas vezes sucessivos e que se complementam entre si. Essa demanda acontece em função do aumento de usuários de dispositivos móveis (tablets e smartphones).

NÃO GRITE!

Pessoas e instituições devem estar atentas à sua reputação Digital! Sempre avaliando o impacto daquilo que publicam, compartilham ou comentam na internet. As interações via internet são, por definição, frias e distantes porque interagimos por intermédio de uma tela (seja a do computador, do tablet, do celular). Se você escrever sua mensagem toda em caixa alta, por exemplo, denota-se que está gritando.

A maioria das interações sociais no mundo online são feitas com texto (nas redes sociais, por e-mail, em SMS, etc). Assim, não temos “dicas de comportamento” do interlocutor como no mundo real - não estamos vendo a pessoa, seus gestos, sua entonação, etc. Dessa forma, todas as percepções que temos são feitas por meio de texto. Isso, infelizmente, dá espaço a interpretações que, por vezes, são equivocadas. Por isso, é muito importante que o tom de voz utilizado nas interações sociais no mundo virtual transmita da melhor maneira possível o seu jeito, seu astral e minimize as possibilidades de interpretações equivocadas (EMPRESA..., 2012, p. 15).



dicas gerais de conduta

As boas maneiras são sempre bem-vindas e devem ser exercitadas em todos os meios onde houverem relacionamentos interpessoais, inclusive nas mídias sociais. Deve-se atentar para a transparência e integridade das informações, respeitando sempre os direitos autorais.

Nunca publique conteúdo inadequado, com linguagem de baixo calão ou preconceituosa. Certifique-se a fonte de informação é confiável e não esqueça de citá-las. Além da postura e senso de responsabilidade, respeito aos direitos autorais e a privacidade, existem princípios gerais de conduta (EMPRESA..., 2012, p. 13) que devem guiar o comportamento dos funcionários da biblioteca ao utilizar as mídias sociais:

1. Boa-fé;
2. Honestidade;
3. Cortesia;
4. Transparência;
5. Moralidade e
6. Legalidade.

relacionamentos com o usuário

O relacionamento com o usuário através de mídias sociais faz parte do Serviço de referência virtual. Ele pode ser realizado através de mensagens instantâneas (WhatsApp, Messenger, pelas próprios perfis ou páginas etc.).

Nestes canais os usuários podem se comunicar quase que instantaneamente com o bibliotecário, que deve utilizar a ferramenta em função de proporcionar uma comunicação direta da mesma maneira que serviço de referência tradicional, face a face. A SECOM apresenta as melhores práticas recomendadas para um bom relacionamento com os usuários nas páginas e perfis institucionais:

1 Modere comentários negativos de usuários apenas quando as críticas contiverem insultos pessoais a funcionários ou a outros usuários – caso contrário, mantenha os comentários visíveis e, na medida do possível, responda-os; **2** Convide usuários com problemas a conversas privadas, buscando resolver cada uma de suas questões fora de ambientes públicos; **3** Seja sempre grato pela participação, com postura educada e evitando utilizar qualquer tipo de tonalidade jurídica; **4** Se estiver errado, peça desculpas; **5** Sempre agradeça críticas, sugestões ou comentários.

Monitoramento

das mídias sociais

Devem ser monitorados os conteúdos e comentários envolvendo a biblioteca e a sua IES nas mídias sociais, sejam publicações feitas por colaboradores ou usuários. O monitoramento de mensagens sobre a instituição, assim como a forma como esta mensagem está escrita, quem escreveu e a frequência com que é feita, é uma atitude estratégica que auxilia a biblioteca a identificar possíveis crises, dúvidas ou mal-entendidos e assim tornar possível esclarecê-los e solucioná-los. Outro benefício do monitoramento é poder mapear onde é necessário realizar melhorias e também usuários potenciais. O monitoramento nada mais é que uma varredura sistemática de todos os termos relacionados ao nome da biblioteca nas mídias sociais. Esses tipos de varreduras são feitos utilizando uma combinação de ferramentas de mercado com serviço humano no arranjo e categorização de cada uma das menções realizadas. O Conselho Federal de Administração apresenta uma síntese de como é realizado todo o processo de monitoramento de mídias sociais:



Configuração de palavras-chave >> criação de temas e regras de classificação >> análises em tempo real >> relatórios on-line >> diário e mensal.

Caso tenha interesse, o link para o documento e todos os outros citados neste guia se encontram nas referências bibliográficas.



Conclusões

Com este guia prático a [biblioteca] espera que os responsáveis pelas páginas institucionais, assim como os colaboradores que se identificam como funcionários nas mídias sociais, possam atuar nesse espaço da melhor maneira possível, com sabedoria e sempre buscando aproveitar os recursos oferecidos por estes canais de comunicação para divulgar e valorizar seu trabalho.



Referências

BRASIL. Secretaria de Comunicação. **Manual de Orientação para atuação em Mídias Sociais**. Brasília, DF: SECOM, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/sobre-a-secom/acoes-e-programas/comunicacao-digital/redes-sociais/publicacoes/manual-dere-des-sociais>>. Acesso em: 12 maio 2016.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (EMBRAPA). **Manual de Conduta em Mídias Sociais da Embrapa**. Brasília, DF: Embrapa, 2012. Disponível em: <http://manualmidias.sct.embrapa.br/documentos/embrapa_em_midias_sociais_edicao_1.pdf>. Acesso em: 12 maio 2016.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

