

As mídias sociais da Biblioteca da Câmara dos Deputados: da promoção institucional à informação para cidadania

Raphael da Silva Cavalcante (Câmara dos Dep.) - raphael.cavalcante.cd@gmail.com

Judite Martins (CD) - judite.martins@camara.leg.br

Resumo:

Descreve a evolução dos perfis em mídias sociais administrados pela Biblioteca da Câmara dos Deputados, antes voltados exclusivamente para ações de marketing. A partir da adoção dos preceitos da Agenda 2030, os perfis passaram a abordar, também, informações voltadas para a promoção da cidadania.

Palavras-chave: *Mídias sociais. Agenda 2030. Biblioteca legislativa. Cidadania.*

Eixo temático: *Eixo 6: Gestão de bibliotecas*

As mídias sociais da Biblioteca da Câmara dos Deputados: da promoção institucional à informação para cidadania

Introdução

As mídias sociais modificaram sobremaneira a forma de utilização da Internet, desde que se popularizaram na primeira década do século XXI. Das redes sociais a plataformas de compartilhamento de vídeos, as mídias sociais se tornaram uma espécie de porta de entrada para a navegação na rede mundial de computadores. Os antigos blogs pessoais e até mesmo os tradicionais serviços de e-mail perderam o protagonismo para perfis e páginas virtuais em espaços como Facebook, Twitter, Youtube e Instagram. O novo comportamento dos usuários da Rede fez com que empresas e instituições entendessem as novas mídias como instrumentos para disseminar informação diretamente ou divulgar conteúdos hospedados em sites próprios.

Paulatinamente, as bibliotecas descobriram as mídias sociais como ferramentas de aproximação com os usuários, diante das possibilidades de comunicação mais instantânea e da adoção de discursos mais informais em contraponto à imagem austera muitas vezes associada aos equipamentos. Estabeleceu-se, assim, um novo espaço virtual de divulgação:

A biblioteca enquanto ambiente de compartilhamento de informações, pode encontrar nessas ferramentas um forte aliado na disseminação de seus produtos e serviços, bem como aproveitar seu potencial de alcance para criar um canal de comunicação direta com seus interagentes que vai além de suas limitações de tempo e espaço (CALIL JÚNIOR, CORRÊA e SPUDEIT, 2013).

Em 2011, a Biblioteca Pedro Aleixo, da Câmara dos Deputados, criou o seu primeiro perfil numa mídia social, nascendo, assim, a página da Biblioteca no Facebook. No decorrer dos anos, a manutenção da página, atividade outrora modesta, ganhou sofisticação, enquanto a Biblioteca também aderiu a outras plataformas. O engajamento na Rede fez com que a Biblioteca obtivesse um retorno inédito do público externo, mostrando novas possibilidades e outros objetivos de comunicação institucional como a informação para cidadania.

Relato de experiência

Atualmente, a Biblioteca Pedro Aleixo possui perfis em três mídias sociais: Facebook, Instagram e Youtube, com as duas primeiras recebendo atualizações frequentes, enquanto a última apenas ocasionalmente. Se antes as contas eram gerenciadas apenas com a função de promover produtos e serviços da Biblioteca, nos últimos anos, os perfis agregaram novas funções, como demonstrado a seguir.

A página da Biblioteca no Facebook foi criada com o intuito de divulgar conteúdos da Biblioteca Digital da Câmara dos Deputados (BD), surgida no ano anterior, em 2010. O software DSpace, que suportava a BD, apresentava uma funcionalidade que permitia postagens automáticas no Facebook após um

comando simples. Em paralelo, a página passou a compartilhar postagens relacionadas à literatura, a bibliotecas e a mensagens motivacionais que se relacionassem com o universo dos livros.

Em 2015, com o estabelecimento da Seção de Produtos, o perfil do Facebook deixou de ser acessório da BD e obteve uma primeira tentativa de política editorial. A partir daquele ano, o compartilhamento de conteúdos de terceiros foi perdendo espaço para postagens produzidas pela equipe da Seção de Produtos, voltadas para a divulgação dos vastos acervos físicos e digital da Biblioteca. A funcionalidade de publicação automática do DSpace foi desativada, uma vez que as postagens oriundas não possuíam atrativos gráficos quaisquer. Em consequência, seguiu-se um aumento paulatino do número de seguidores a partir do investimento em design gráfico e do compartilhamento das postagens em grupos temáticos do próprio Facebook.

É também a partir de 2015, com a primeiras diretrizes editoriais criadas para pautar a página da Biblioteca no Facebook, que as postagens do perfil da Biblioteca no Facebook passam a seguir um calendário de efemérides e outras datas especiais, fazendo com que essas datas servissem como motes e temas para postagens, ainda bastante voltadas para divulgação de acervos e autopromoção da Biblioteca.

Em 2017, a Biblioteca Pedro Aleixo, inspirada pela Federação Internacional de Associações de Bibliotecas (IFLA) e pela Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários (FEBAB), tornou-se partidária da Agenda 2030, um conjunto de objetivos estipulados pela Organização das Nações Unidas, relacionados à inclusão social e ao desenvolvimento sustentável, a serem alcançados até o ano de 2030. Neste âmbito, a Biblioteca passou a desenvolver e a co-participar de projetos imbuídos dos valores da Agenda 2030, o que influenciou as pautas adotadas pelo perfil institucional no Facebook.

A divulgação do acervo continuou se baseando em efemérides e datas especiais, passando a levar em consideração datas como 21 de março (Dia Internacional pela Eliminação da Discriminação Racial foi instituído pela ONU) e movimentos como o 16 Dias de Ativismo pelo Fim da Violência contra a Mulher, criado pela ONU Mulheres. O perfil também passou a disponibilizar informações desatreladas do acervo, mas concatenadas aos objetivos da Agenda, como a postagem datada de 9 de abril de 2019, que trazia um comparativo, produzido pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), entre a taxa de homicídios de negros e não negros no Brasil. Tal postagem é uma das mais compartilhadas da história da página, ultrapassando 70 compartilhamentos. Vale ressaltar que durante esse período a equipe responsável também foi se familiarizando e aprendendo a usar ferramentas gratuitas de edição de imagens e de vídeos, enriquecendo a qualidade estética das postagens.

Em outubro de 2018, foi criado o perfil da Biblioteca Pedro Aleixo no Instagram. Naquele ano, o Facebook mudou as regras de visualização de páginas institucionais, fazendo com que o número de pessoas alcançadas pelo perfil da Biblioteca naquela plataforma caísse enormemente. O crescimento do número de seguidores também teve uma queda brusca, quando comparado aos anos

anteriores. Diante do cenário, optou-se por se diversificar as mídias de atuação da Biblioteca com a seleção do Instagram. A rede é voltada para o compartilhamento de imagens em detrimento de textos, o que se mostrou um novo desafio, tendo em vista que a imagem compartilhada deveria ser capaz de passar a informação desejada. Neste sentido, as habilidades de edição de imagem da equipe permitiram que as postagens trouxessem mais do que fotografias e vídeos, e concebessem imagens com outros elementos gráficos, permitindo mensagens mais completas.

Em relação às temáticas abordadas, o perfil do Instagram já nasceu sob a influência da Agenda 2030, congregando os objetivos tradicionais de uma mídia social de bibliotecas relacionados ao marketing e informação para cidadania. Há muita similaridade entre as pautas dos perfis da Biblioteca Pedro Aleixo no Facebook e no Instagram, de forma que os mesmos temas costumam ser tratados simultaneamente, moldando-se às peculiaridades de cada mídia.

O canal da Biblioteca no Youtube é o perfil menos provido de postagens, servido como um repositório de vídeos produzidos por ocasião dos eventos organizados ou co-produzidos pela Biblioteca. Nos últimos três anos, a Biblioteca Pedro Aleixo tem participado das comemorações de março do Mês do Bibliotecário, em conjunto com outras bibliotecas do Distrito Federal. Neste âmbito, os eventos de abertura têm buscado refletir as temáticas centrais das reuniões anuais da IFLA, que têm se voltado para o papel social exercido pelas bibliotecas. Em 2019, a temática do seminário do Mês do Bibliotecário foi "Bibliotecas: Diálogos para Mudanças" investigando posturas e ações dos bibliotecários diante da necessidade de aproximação com a sociedade. Todas as palestras estão disponibilizadas no canal da Biblioteca, além do fato do evento ter sido transmitido ao vivo pelo Senado Federal, que sediou o seminário.

Considerações finais

As bibliotecas encontraram nas mídias sociais canais eficientes de comunicação com os públicos interno e externo. Mesmo que apregoem a decadência de plataformas como o Facebook, a realidade ainda apresenta esta rede social como ferramenta relevante de comunicação, ainda que divida espaços com outras plataformas tão importantes quanto. É o caso do Instagram, do Twitter e do Youtube, cada uma com características peculiares que servirão às bibliotecas à medida de suas necessidades.

O engajamento nessas mídias trouxe à Biblioteca Pedro Aleixo contato inédito com o público externo e deixou claro a responsabilidade de atuar como um órgão informacional da Câmara dos Deputados, que adquiriu protagonismo poucas vezes visto após as mudanças políticas atravessadas pelo Brasil desde 2013. As respostas têm sido muito mais positivas do que negativas, haja visto a imagem das bibliotecas junto ao imaginário coletivo e toda sorte de interações positivas recebidas pelos perfis da Biblioteca.

Diante deste contexto, a divulgação dos acervos e ações convencionais de marketing deixam de corresponder à totalidade de funcionalidades das mídias sociais. As bibliotecas podem e devem ser geradoras de conteúdos, estar

alinhas e atentas a pautas nacionais e locais, e contribuir com informação de qualidade e dados para reflexão. Não se trata de um agir tendencioso, mas de se posicionar como instituição concatenada às pautas da sociedade, afinal a Biblioteca serve à Câmara dos Deputados, a "Casa do Povo", que integra o Poder Legislativo federal.

Bibliografia

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

Agência Financiadora

Câmara dos Deputados