

A utilização do Facebook pelas bibliotecas do Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Alagoas

Ana Karisse Azevedo (Ufal) - karisse.a@hotmail.com

Janyelle Mayara Bento (UFAL) - janyelle.mayara@gmail.com

Julie Christie Bertolino Café dos Santos Ferreira Carlos (UFAL) - julie.cafe@gmail.com

Roberia de Lourdes de Vasconcelos Andrade (UFAL e UFPB) - roberiabiblio@gmail.com

Resumo:

As bibliotecas são um reflexo da comunidade em que estão inseridas. No contexto da evolução das tecnologias de informação e comunicação, bem como maior interação do usuário nas mídias sociais, as bibliotecas universitárias são impelidas a atuarem nesse novo ambiente. O presente artigo analisa o uso da mídia social Facebook pelas bibliotecas que compõem o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Alagoas. A pesquisa é do tipo bibliográfica e exploratória, com uma abordagem qualitativa e quantitativa, o universo é composto pelas 13 bibliotecas do Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Alagoas, com amostra qualitativa composta por 8 destas 13 bibliotecas, as quais fazem uso da mídia social Facebook, sendo observadas as variáveis presença on-line, engajamento e visibilidade. A coleta de dados ocorreu no período de 04 a 23 de abril de 2017, sendo analisadas as dez últimas postagens de cada página/perfil das bibliotecas na referida mídia social. Como resultados, percebemos a presença on-line da maioria das bibliotecas analisadas, porém visibilidade e engajamento mínimo. Conclui-se que há pouca valorização do Facebook enquanto ferramenta de disseminação de informação, comunicação e interação com os usuários.

Palavras-chave: *Bibliotecas Universitárias. Mídias sociais. Web 2.0.*

Eixo temático: *Eixo 7: Comunicação científica, formação do bibliotecário e o ensino de Biblioteconomia.*

XXVII Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação

1 INTRODUÇÃO

A facilidade de manusear *smartphones*, *notebooks* e afins, faz com que inúmeras pessoas estejam conectadas ao mesmo tempo, em diferentes espaços, trocando informações e conhecimento, de forma dinâmica e veloz. O surgimento da Internet possibilitou as pessoas a disseminarem informações rapidamente (LIMA; FREIRE, 2015, p. 127). Nota-se então a necessidade dos centros de informação explorarem todo e qualquer meio de interação entre usuários e universidade, utilizando essas tecnologias, inclusive como atrativos, proporcionando ambientes de socialização entre a instituição e usuários e reforçando o caráter de coletividade do ambiente. Criado em 2004, o *Facebook* hoje é uma das mídias sociais mais utilizadas no mundo. Em fevereiro deste ano, alcançou a marca de 1,86 bilhões de usuários ativos mensais (CANALTECH, 2017).

A relação da comunicação científica com o uso das tecnologias tem possibilitado o fortalecimento da visibilidade das produções científicas, alcançando um público mais amplo e de modo mais rápido. Atender as demandas dos usuários pode estar apenas a um click de distância.

Nesse sentido, diante da evolução das redes sociais e do uso de tecnologia da informação, compreendo que a biblioteca como uma reflexão da cultura e da sociedade em que está inserida e as bibliotecas universitárias tendo como função essencial promover suporte ao ensino, pesquisa e extensão, surge o seguinte problema: como as bibliotecas do Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Alagoas fazem uso da mídia social *Facebook*?

Objetivamos, portanto analisar o uso da mídia social *Facebook* pelo Sistema de Bibliotecas (SIBI) da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), verificando as seguintes variáveis: presença on-line, visibilidade e engajamento das páginas/perfis investigados a partir de um estudo métrico da informação na web de abordagem cibernética.

2 MÉTODO DA PESQUISA

A pesquisa caracteriza-se como bibliográfica e exploratória, ancorada em abordagem metodológica quali-quantitativa. O universo da pesquisa foi composto

por treze bibliotecas que compõem o SiBi-UFAL, com amostra qualitativa formada por oito perfis/páginas, das quais foram analisadas as últimas 10 postagens no *Facebook* no período de 04 a 23 de abril de 2017. A análise dos dados se deu por variáveis, sendo elas: a presença on-line, a visibilidade (audiência) e o engajamento (interação), pontuados por Araújo (2015).

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS DADOS

A partir dos dados da pesquisa foi possível verificar que das 13 bibliotecas, 8 utilizam a mídia social *Facebook*. No Quadro 1 visualiza-se a biblioteca, em qual mídia tem presença online, sendo a predominância para o *Facebook* e o engajamento das bibliotecas. Destaca-se que a Biblioteca Campus Arapiraca é a que mais possui engajamento.

Quadro 1 - Bibliotecas do SiBi - UFAL

BIBLIOTECA	PRESEÇA ONLINE	ENGAJAMENTO	
		COMENTÁRIOS	COMPARTILHAMENTOS
Biblioteca Central		0	0
		1	1
Biblioteca Campus Arapiraca		27	210
Biblioteca Polo Palmeira dos Índios		2	0
Biblioteca Polo Penedo		0	1
Biblioteca Polo Viçosa		0	1
Biblioteca Campus Delmiro Gouveia		18	31
Biblioteca Polo Santana do Ipanema		5	0
Biblioteca Setorial de Física	-	-	-
Biblioteca Setorial de Matemática	-	-	-
Biblioteca Setorial de Química	-	-	-
Biblioteca Setorial do PPGLL (mestrado em Letras)	-	-	-
Biblioteca Setorial do CECA		1	4

Biblioteca Setorial do Espaço Cultural	-	-	-
--	---	---	---

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

No Quadro 2 destaca-se as bibliotecas que fazem uso do *Facebook*, o seu link de acesso, o tipo de conta e a assiduidade das postagens. Pode-se perceber a maioria de contas do tipo perfil pessoal.

Quadro 2 - Facebook das Bibliotecas do SiBi-UFAL

BIBLIOTECA		TIPO DA CONTA	ASSIDUIDADE DAS POSTAGENS
B1	Biblioteca Central da UFAL https://www.Facebook.com/bibliotecacentral.ufal https://www.Facebook.com/Biblioteca-Central-da-UFAL-438890549559664/	Pessoa; Página	Última postagem em 2013
B2	Biblioteca Campus de Arapiraca https://www.Facebook.com/bca.bibliotecacampusdearapiraca	Pessoa	Últimas 10 postagens no mês de abril de 2017
B3	Biblioteca Polo Palmeira dos Índios https://www.Facebook.com/Biblioteca-Polo-Palmeira-dos-%C3%8Dndios-489656104578023/	Local	Últimas 10 postagens abrangem os meses de maio e abril de 2017
B4	Biblioteca Unidade de Ensino Penedo https://www.Facebook.com/bibliotecaunidadeensino.penedo	Pessoa	Últimas 10 postagens entre fevereiro e abril de 2017
B5	Biblioteca Polo Viçosa-AL https://www.Facebook.com/bibliotecapolovicosa/	Local	Últimas 10 postagens entre os meses de Janeiro e abril de 2017
B6	Biblioteca Ufal Campus Delmiro Gouveia https://www.Facebook.com/bibliotecaufal.campusdelmirogouveia	Pessoa	Últimas 10 postagens entre os meses de outubro de 2016 à abril de 2017
B7	Biblioteca Ufal Santana do Ipanema https://www.Facebook.com/profile.php?id=100008175976029	Pessoa	Últimas 10 postagens de março à abril de 2017
B8	Biblioteca CECA Ufal https://www.Facebook.com/profile.php?id=100008025194812	Pessoa	No máximo 4 dias entre as postagens

Fonte: Dados da pesquisa, 2017

Ao analisar a visibilidade e o engajamento, observa-se o alcance das bibliotecas na mídia social *Facebook*, como pode-se identificar na Tabela 1, a seguir.

Tabela 1 - Quantidade de amigos e/ou curtidas nas páginas

BIBLIOTECA				
B1	13	254	1 (página)	1 (página)
B2	2944	-	27	210
B3	-	134	2	0
B4	313	-	0	1
B5	-	261	0	1
B6	1132	-	18	31
B7	509	-	5	0
B8	696	-	1	4

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Segundo o Ministério da Educação, a UFAL possui 59 cursos de graduação e 9 cursos de especialização, distribuídos nos 3 campi e unidades de ensino, destes, apenas nos cursos de graduação obtêm-se os dados da Tabela 2.

Tabela 2 - Quantitativo de alunos matriculados na UFAL

ALUNOS MATRICULADOS	LOCAL E TIPO DE GRADUAÇÃO
19.180	Campus A. C. Simões
4.970	Campus Arapiraca (com unidades de ensino)
2.618	Campus sertão (com unidades de ensino)
26.768	Alunos matriculados na graduação presencial
3.783	Alunos de 13 cursos de graduação EAD/UAB

Fonte: Números gerais do portal da transparência, UFAL, 2017.

Excetuando docentes, técnicos e alunos da pós-graduação, ao comparar estes números tão altos com a visibilidade alcançada atualmente na mídia social, percebe-se que as bibliotecas ainda não fazem o uso adequado dessa ferramenta. Ao possibilitar uma relação mais dinâmica e próxima, como no *Facebook*, atinge mais usuários em curto espaço de tempo, e pode inclusive facilitar consulta ao acervo, renovação de empréstimos, ao disponibilizar na página um meio de realizar tais ações, além de, por estar mais próxima dos usuários, atender suas demandas com maior rapidez e eficiência.

As bibliotecas do SiBi-UFAL demonstram estar acompanhando a evolução das tecnologias de informação e fazem uso das mídias sociais como meio de publicação de seus serviços e interação com os usuários. O pouco engajamento dos usuários nos perfis e páginas pode ser por desconhecimento sobre os mesmos ou ainda inexistência de usuário na biblioteca. Pode haver também uma falta de treinamento para o uso das mídias sociais como uma ferramenta de comunicação, informação e interação com seus usuários (inclusive potenciais), visto que na maioria das vezes a implantação das bibliotecas nas mídias sociais é feita de forma intuitiva, sem planejamento ou formalização. A dificuldade de atualização e de produção de postagens de maior interesse do usuário pode também ser resultado da restrição de recursos humanos, dificultando a atuação constante, responsiva, de interação rápida com o usuário, por serem os responsáveis pelos perfis/páginas das bibliotecas os próprios bibliotecários, os quais têm como prioridade outros serviços oferecidos pelas bibliotecas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente a conectividade tornou-se requisito para a comunicação, principalmente com os usuários das bibliotecas universitárias, a cada geração recém-chegada o uso das mídias sociais fica quase imperativo. Nesse contexto percebe-se a necessidade das bibliotecas do SiBi-UFAL adotarem a mídia social mais utilizada, *Facebook*, como mais um canal de comunicação, buscando aperfeiçoar e oferecer novos serviços e produtos. Criar uma página nessa mídia possibilita o contato com todas as suas seções e pode ainda fomentar o estudo de usuários, pela facilidade de acesso aos questionários e amplitude alcançada pela mídia.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, R. F. Marketing científico digital e métricas alternativas para periódicos: da visibilidade ao engajamento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 20, n. 3, p. 67-84, jul./set. 2015.

CANALTECH. **Facebook já tem quase 2 bilhões de usuários (e não para de crescer)**. São Bernardo do Campo, 2017. Disponível em: <<https://corporate.canaltech.com.br/noticia/Facebook/Facebook-ja-tem-quase-2-bilhoes-de-usuarios-e-nao-para-de-crescer-88464/>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

LIMA, A. P. L.; FREIRE, I. Da comunicação à sociabilidade. In: SILVA, J. R.; ARAÚJO, C. S.; SANTOS, T. N. **Reflexões e práticas de pesquisa em Ciência da Informação**. Maceió: Edufal, 2015.