



**XXII** Seminário Nacional de  
Bibliotecas Universitárias

28 de novembro a 01 de dezembro  
Florianópolis - SC

### Eixo 1 – Gestão de Bibliotecas

## Mídias sociais: relato de experiência da Biblioteca Central Zila Mamede - UFRN

*Social Media: experience report of the Zila Mamede Central Library - UFRN*

**Fernanda de Medeiros Ferreira Aquino** – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) – [fernanda.medeiros@ufrn.br](mailto:fernanda.medeiros@ufrn.br)

**Guilherme Henrique Pereira de Carvalho** – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) – [guilherme.carvalho@ufrn.br](mailto:guilherme.carvalho@ufrn.br)

**Kalline Bezerra da Silva** – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) – [kalline.bezerra@ufrn.br](mailto:kalline.bezerra@ufrn.br)

**Resumo:** A Biblioteca Central Zila Mamede (BCZM) é uma unidade informacional da UFRN comprometida em garantir a satisfação de seus usuários. Este artigo objetiva relatar a experiência no gerenciamento das mídias sociais da biblioteca, visando contribuir com o desenvolvimento de outros perfis institucionais. Para tanto, realizou-se o resgate histórico das principais mídias da biblioteca e suas diretrizes de gerenciamento. Como resultados, destacam-se ações implementadas com sucesso na BCZM, que podem favorecer o desenvolvimento de novas mídias em outras instituições. A partir dessas ações foi possível fortalecer a presença da biblioteca no meio digital e estabelecer diálogos mais próximos com seus usuários.

**Palavras-chave:** Bibliotecas Universitárias. Mídias Sociais. Redes de Comunicação e Informação. Serviços de Referência.

**Abstract:** The Zila Mamede Central Library (BCZM) is a UFRN information unit committed to ensure the satisfaction of its users. This article aims to report the experience in managing the library's social media, contributing to the development of other institutional profiles. To do so, the historical rescue of the library's main media and their management guidelines was carried out. As a result, successful implemented actions at BCZM are highlighted, which can favor the new media development in other institutions. Through these actions, it was possible to strengthen the library's presence in the digital realm and establish closer dialogues with its users.

**Keywords:** University Libraries. Social Media. Communication and Information Networks. Reference Services.



## **1 INTRODUÇÃO**

A Biblioteca Central Zila Mamede (BCZM) é uma unidade suplementar subordinada à reitoria da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Trata-se de uma biblioteca universitária composta de vários setores que trabalham em harmonia com o objetivo primordial de atender seus usuários. Dentre os setores da mesma, destacamos o Setor de Informação e Referência (SIR), que possui como competência divulgar os serviços de informação.

O SIR é responsável por diversos serviços, entre eles o gerenciamento das mídias sociais da biblioteca, foco deste trabalho. Compete a este setor produzir, selecionar, coletar e divulgar as informações no perfil institucional com vistas a gerar um ambiente de difusão e produção de conhecimento.

Assim, este artigo apresenta como objetivo relatar a experiência no gerenciamento das mídias sociais da BCZM, a fim de contribuir para o desenvolvimento de outros perfis institucionais por meio das práticas adquiridas.

## **2 AS MÍDIAS SOCIAIS NAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS**

As bibliotecas universitárias desempenham um papel fundamental na guarda e preservação da memória institucional, bem como no fornecimento de acesso e uso dos seus acervos não somente aos estudantes da instituição, mas também a toda comunidade. Nesse sentido, essas unidades informacionais estão constantemente em busca de atender ao seu público, oferecendo serviços e produtos de qualidade para satisfazê-los. Para isso, elas precisam estar atentas às mudanças, bem como “saber utilizar-se das tecnologias de comunicação e informação atualmente disponíveis, para se comunicar de forma mais eficiente com os seus usuários” (Araújo; Pinho Neto; Freire, 2016, p. 3).

Assim, proporcionar à biblioteca uma presença digital tornou-se uma tendência frente ao desenvolvimento tecnológico. A biblioteca precisa atuar também neste ambiente, para garantir a prestação de serviços e produtos aos usuários. Corroborando com este pensamento, Prado e Correa (2016, p. 169) afirmam que “estar presente no mundo digital representa a possibilidade de tornar a biblioteca

conhecida, criar e manter redes de comunicação e informação, ampliar seu espectro de inserção na sociedade e atingir um público maior para além de suas paredes”.

Dentre esses avanços tecnológicos, a web 2.0 tornou o ambiente mais dinâmico com a possibilidade de interações, trocas e comunicação instantânea. De acordo com Ribeiro, Leite e Lopes (2014, p. 10) “A Web 2.0 reduz as barreiras de relacionamento. Sua plataforma, desenvolvida para a comunicação e a interação, possibilita que os conteúdos sejam construídos na coletividade e não mais na individualidade”. Neste contexto, as mídias digitais no âmbito das bibliotecas proporcionam um ambiente de conexão dos usuários com os seus serviços e produtos, possibilitando um processo rápido e de maior alcance.

Em vista disso, também é importante ressaltar que o que está publicado em uma mídia social está passível de críticas, comentários, compartilhamentos e intervenções sem a permissão do produtor do conteúdo. Cabe à biblioteca aplicar esforços para atrair seu público e realizar produções que agreguem valor e possam gerar repercussões positivas para o engajamento da mídia. A seguir, detalharemos o relato de experiência no gerenciamento das mídias sociais da BCZM.

### **3 RELATO DE EXPERIÊNCIA: O GERENCIAMENTO DAS MÍDIAS SOCIAIS DA BCZM**

As mídias sociais da BCZM foram criadas conforme a necessidade de cada momento, não havendo um planejamento inicial para seu desenvolvimento. A princípio, o objetivo da criação desses perfis era assegurar a preservação da memória institucional e disponibilizar as informações para a comunidade. Com a atualização das mídias sociais e suas novas funcionalidades, a biblioteca precisou se adaptar e acompanhar essas mudanças, favorecendo o desenvolvimento de novas práticas.

No entanto, não havia um caminho delineado para o desenvolvimento do trabalho, nem tampouco um responsável oficializado por sua elaboração. Diante disso, percebeu-se a necessidade de formalizar esse processo por meio da criação de um documento que elencasse os procedimentos para gestão dessas mídias. Assim, em 2018, foram criadas as diretrizes para o uso das mídias sociais da BCZM, que confere ao Setor de Informação e Referência responsabilidade pelo seu gerenciamento.

No quadro 1, a seguir, está disponibilizado o resumo dessas diretrizes.

**Quadro 1** – Resumo das diretrizes para uso das mídias sociais na BCZM

Diretrizes	Descrição
Princípios de utilização do <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i> e <i>Twitter</i>	Cordialidade na interação com o usuário; utilização do português na norma padrão; frequência regular das postagens; prezar pela qualidade das postagens e não pela quantidade de seguidores e curtidas; utilizar <i>hashtags</i> e <i>geotags</i> ; e a não supressão de críticas, exceto em caso de conteúdo inapropriado e/ou ofensivo a um particular.
Tipos de conteúdo	Priorizar conteúdos de interesse da comunidade acadêmica; evitar postagens repetitivas; e integrar, quando for possível, com os canais oficiais de comunicação da biblioteca e universidade.
Características e frequência das postagens	Os conteúdos publicados devem remeter à biblioteca, universidade e à ciência da informação; Conteúdos externos poderão ser publicados, excepcionalmente, se for justificado; Para o <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i> é recomendável uma postagem por dia no <i>feed</i> , bem como a utilização dos <i>stories</i> por no mínimo 3 vezes em um intervalo de 24 horas; Para o <i>Twitter</i> recomenda-se a postagem de no mínimo um conteúdo por dia, podendo fazer remissão a outra rede social.
Quais perfis seguir?	Perfis públicos de outras bibliotecas, universidades, empresas da área de ciência da informação, jornais especializados e perfis governamentais em geral.
Equipe responsável pelo gerenciamento das mídias sociais	Definir uma equipe responsável para criar, selecionar e veicular as informações, preferencialmente multidisciplinar; Pessoas com habilidades na escrita, no uso de ferramentas para criação de conteúdo visual, edição de vídeos, entre outras.
Orientação para respostas	O usuário deve ser tratado com respeito, cordialidade e objetividade, ainda que este utilize termos pejorativos; Adotar um banco de respostas frequentes, atualizando-o constantemente, a fim de uniformizar o trabalho.
Identidade visual	A identidade deve seguir o padrão de cores, logos e demais elementos visuais já utilizados pela biblioteca e pela universidade, adequados à interface da mídia social.

Fonte: Elaborado pelos autores baseado em Cavalcanti *et al.* (2018).

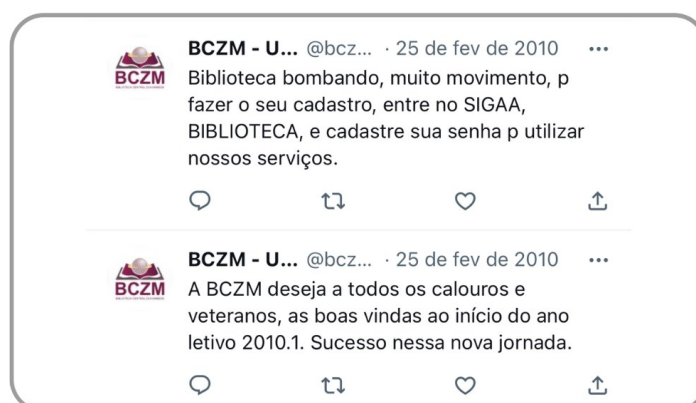
Atualmente, as mídias de maior impacto da biblioteca são: *Instagram* (@bcm\_ufrn), *Facebook* (@bcm.ufrn) e *Twitter* (@bcm\_ufrn). A seguir será explanado um breve relato sobre o surgimento dessas três mídias na biblioteca.

### 3.1 *Twitter* da BCZM

Em fevereiro de 2010, foi lançada oficialmente a primeira mídia social da BCZM: o *Twitter*, que inicialmente ficou sob gestão do Setor de Circulação.

A proposta inicial para criação dessa conta era veicular informações rápidas do dia a dia do balcão de empréstimo da biblioteca, publicizando os momentos mais tranquilos para realização do cadastro e do empréstimo domiciliar, como também para a divulgação de novas aquisições. A seguir, na imagem 1, apresentamos os primeiros *tweets*.

**Imagem 1** -Tweets do perfil da conta da BCZM



Fonte: Elaborado pelos autores.

Após a implementação das diretrizes em 2018, a sua gestão ficou sob responsabilidade do SIR.

Atualmente, essa página conta com 3.684 seguidores<sup>1</sup> e com sua evolução, esta plataforma possibilita a postagem de vídeos, fotografias, imagens, entre outras mídias, tornando o ambiente mais dinâmico e atrativo.

### 3.2 Facebook da BCZM

Em 2012, o *Facebook* se tornou mais um canal de comunicação com o usuário da biblioteca. Nesta plataforma, além de postar conteúdos, era possível interagir por meio de mensagens eletrônicas.

As primeiras editorias de conteúdos veiculadas no Facebook foram: “Serviços BCZM”, que demonstrava os serviços de cada setor da biblioteca; “Acontece na BCZM”, com divulgação dos eventos que aconteciam nos auditórios da biblioteca; e “Você Sabia?”, com curiosidades relevantes para serem compartilhadas.

Como gestor da mídia, o SIR procurava atender prontamente às demandas dos usuários por informações, seja por meio do chat, ou das mensagens enviadas nos comentários das postagens. Desta forma, a biblioteca se aproximava de seu público, atendendo tanto aos usuários com vínculo institucional, quanto à comunidade externa.

A seguir, apresentamos uma imagem utilizada na postagem da série “Serviços BCZM”.

---

<sup>1</sup> Dados coletados do *Twitter* em 23 de maio de 2023.

Imagem 2 - Exemplo de uma postagem da série Serviços BCZM



Fonte: Elaborado pelos autores.

Nossa página conta com um total de 4.062 seguidores<sup>2</sup>. No entanto, com a migração do nosso público para novas mídias, percebemos uma redução em nossa audiência. Por isso, direcionamos nossa atenção para a mídia de maior utilização atualmente entre nossos usuários, o *Instagram*.

### 3.3 *Instagram* da BCZM

No ano de 2013, foi criado o perfil da biblioteca no *Instagram*. A princípio, a conta era utilizada na divulgação de fotos instantâneas do que estava acontecendo no momento.

Em 2016, a plataforma passou por uma atualização que permitiu postagens efêmeras, com vídeos de até 15 segundos que ficam disponíveis por 24 horas, chamados "*stories*". A adesão a essa mídia social proporcionou mais um canal de interação dos usuários com a biblioteca, que reconheceu a importância desta ferramenta em um cenário cada vez mais tecnológico.

Em 2018, com a implantação das diretrizes, decidimos deixar de seguir as páginas de pessoas físicas, e passamos a seguir apenas páginas institucionais. Ao tomar essa decisão, pensamos que o número de seguidores diminuiria, pois deixamos de seguir nossos usuários. No entanto, isso não aconteceu, resultando em um *feed* mais focado em conteúdos relevantes ao âmbito acadêmico.

---

<sup>2</sup> Dados coletados do *Facebook* em 23 de maio de 2023.

A imagem a seguir apresenta uma das primeiras postagens em nosso *feed* e outra mais recente, do ano de 2023.

**Imagem 3** - Postagens do *Instagram* da BCZM



Fonte: Elaborado pelos autores.

Observa-se que a primeira postagem em nosso *Instagram* possui um formato quadrado, com poucas curtidas e nenhum comentário. Já na segunda postagem, podemos ver a interação dos usuários, com comentários e várias curtidas, refletindo o engajamento atingido nesta plataforma. Atualmente, o *Instagram* é a principal mídia da biblioteca, contando com 6.707 seguidores<sup>3</sup>.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com base no relato de experiência apresentado, podemos citar algumas práticas vivenciadas que podem auxiliar no desenvolvimento de mídias sociais em outras instituições. Confira sugestões a seguir:

- Atribua um nome institucional padrão para as diversas plataformas em que deseja atuar; este procedimento facilitará aos usuários a identificação da instituição consistentemente nas diferentes mídias;
- Defina a equipe responsável pela produção de conteúdo, envolvendo as artes, vídeos e textos, bem como pela interação com os usuários; lembre-se que você estará se expressando pela instituição;
- Os conteúdos produzidos devem ser atrativos e informativos, refletindo as necessidades e interesses da comunidade acadêmica;
- Adote estratégias de interação, como responder prontamente às dúvidas e solicitações dos usuários;

<sup>3</sup> Dados coletados do *Instagram* em 27 de maio de 2023.

- Estimular a participação por meio de enquetes, promover eventos, divulgar exposições e recursos da biblioteca;
- Desenvolva um banco de postagens. Isso permitirá um planejamento mais eficiente e organizado das publicações;
- Opte por fazer séries de postagens desenvolvendo uma única arte para diversos conteúdos de mesma temática. Isso promoverá uma identidade visual consistente.

Ao seguir essas dicas, é possível facilitar o trabalho nas mídias sociais e alcançar resultados positivos na implementação de perfis institucionais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste estudo, foram identificadas diversas ações consideradas importantes para aprimorar o gerenciamento das mídias sociais da BCZM, como: atualizar as diretrizes para o uso das mídias sociais, de modo a acompanhar as mudanças ocorridas nessas plataformas; incorporar mais membros à equipe responsável pelo gerenciamento e manutenção das mídias sociais; criar um banco de postagens específicas para cada tipo de mídia social; e promover a acessibilidade nas postagens.

Em suma, o gerenciamento das mídias sociais da BCZM tem sido uma jornada de aprendizado e adaptação. Ao estabelecer diretrizes claras, investir em conteúdo relevante e interativo, a biblioteca tem conseguido fortalecer sua presença digital e estabelecer um diálogo mais próximo com seus usuários.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Walqueline Silva; PINHO NETO, Júlio Afonso Sá; FREIRE, Gustavo Henrique Araújo. O uso das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias com foco no marketing de relacionamento. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 21, n. 47, p. 2-15, set./dez., 2016. Disponível em: <https://encr.pw/xjYYq> Acesso em: 17 maio 2023.

CAVALCANTI, Ana Cristina Tinoco *et al.* **Diretrizes para uso das mídias sociais na Biblioteca Central Zila Mamede**. Natal, 2018. Disponível em: <https://encr.pw/ubCpD> Acesso em: 10 maio 2023.

PRADO, Jorge Moisés Kroll do; CORREA, Elisa Cristina Delfini. Bibliotecas universitárias e a presença digital: estabelecimento de diretrizes para uso das mídias sociais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 21, n. 3, p. 165-181, jul./set. 2016. Disponível em: <https://encr.pw/t99Ga> Acesso em: 18 maio 2023.



RIBEIRO, Adriana; LEITE, Ramon Silva; LOPES, Humberto Elias Garcia. Análise do uso das redes sociais em bibliotecas universitárias brasileiras. **Rev. digit. bibliotecon. cienc. inf.**, Campinas, v. 12, n. 3, p. 5-17, set./dez. 2014. Disponível em: <https://encr.pw/61uON> Acesso em: 20 maio 2023.