



30^o CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO



25 a 29 de novembro 2024

Bibliotecas Fortes:
Sociedade Democrática Recife, PE

Eixo 5 – Gestão e liderança em movimento

Modalidade: resumo expandido

Práticas e desafios no gerenciamento de redes sociais: estudo de caso no Instituto Federal do Amazonas

Practices and Challenges in Social Network Management: Case Study at the Federal Institute of Amazonas

Geyse de Carvalho – Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

Resumo: Este estudo avalia o uso das redes sociais nas bibliotecas do Instituto Federal do Amazonas (IFAM), destacando a adaptação dessas instituições à era digital. O objetivo foi entender como as redes sociais podem melhorar a comunicação e promover a leitura. Utilizando entrevistas e análise de dados, constatou-se que, apesar das três bibliotecas utilizarem o Instagram, há diferenças nas abordagens e desafios. A pesquisa revelou a necessidade de uma estratégia mais definida e recursos adequados. Recomenda-se a implementação de um calendário de publicações, capacitação de pessoal, e uso de ferramentas de análise para otimizar o impacto e engajamento.

Palavras-chave: Redes sociais. Bibliotecas. Engajamento. Promoção da leitura. Comunicação digital

Abstract: This study evaluates the use of social networks in the libraries of the Federal Institute of Amazonas (IFAM), highlighting the adaptation of these institutions to the digital era. The objective was to understand how social networks can improve communication and promote reading. Using interviews and data analysis, it was found that, although the three libraries use Instagram, there are differences in approaches and challenges. The research revealed the need for a more defined strategy and adequate resources. It is recommended to implement a publication calendar, staff training, and use of analysis tools to optimize impact and engagement.

Keywords: Social networks. Libraries. Engagement. Promotion of reading. Digital communication

1 INTRODUÇÃO

Na era digital, as formas de comunicação e interação entre as pessoas evoluíram e as bibliotecas acompanham essas transformações. As redes sociais, por exemplo, se



tornaram uma ferramenta importante, permitindo que as bibliotecas se conectem de forma mais próxima com seus usuários e incentivem a leitura de maneira criativa e inovadora.

Segundo Lanzi (2012), o bibliotecário (...) precisa estar atento a essa nova forma de cognição para, de fato, haver uma aproximação concreta e criar um vínculo forte entre as partes (bibliotecário e usuário). Ele pode aliar o espaço físico aos ambientes digitais, estimulando desta forma aqueles que não frequentam a biblioteca por falta de tempo ou mesmo vontade, buscando-os por meio da redes sociais, como também aperfeiçoando o espaço físico e buscando novos recursos virtuais para um maior aditamento.

Nesse sentido, as redes sociais têm um papel crucial na construção de relacionamentos, promoção de serviços e expansão de marcas. Elas facilitam a disseminação de informações e a mobilização de grupos, conectando pessoas globalmente e influenciando a interação e consumo de conteúdo.

No entanto, a promoção da leitura no ambiente digital difere dos métodos tradicionais, exigindo uma abordagem mais dinâmica e interativa. Segundo Garcia et al. (2012), os textos digitais requerem um envolvimento ativo do leitor, com escolhas e decisões mais frequentes.

Entre os desafios enfrentados pelas bibliotecas estão a falta de recursos e a necessidade de proteger dados pessoais e gerenciar conteúdos inadequados. Além disso, há preocupações com comportamentos viciantes e os impactos negativos do uso excessivo das redes sociais, como isolamento e problemas de autoestima (García et al., 2014).

Para maximizar os benefícios das redes sociais, é essencial que as bibliotecas adotem uma abordagem estratégica, com diretrizes claras, alocação de recursos adequados e capacitação das equipes. Isso inclui a educação dos usuários sobre riscos potenciais e o equilíbrio entre inovação e responsabilidade, promovendo um ambiente seguro e enriquecedor.

Essas práticas estão alinhadas com o que Recuero (2009) descreve sobre redes sociais virtuais, que são mais do que simples canais de comunicação. Elas formam

espaços dinâmicos para interação e colaboração, moldando estruturas sociais e impactando a forma como a informação e as trocas sociais ocorrem.

Considerando a importância da pesquisa sobre o uso das redes sociais em bibliotecas, foi conduzida uma análise das bibliotecas do Instituto Federal do Amazonas (IFAM) nos campi de Manaus. Esta investigação envolveu entrevistas com as coordenadoras das bibliotecas, com o objetivo de compreender como estão empregando as redes sociais para modernizar e promover a comunicação, promover a leitura e ampliar sua visibilidade. Através dessas entrevistas, foi possível avaliar as estratégias adotadas, os desafios enfrentados e as oportunidades de melhoria nas práticas de gestão de redes sociais, oferecendo uma visão sobre o impacto e a eficácia dessas ferramentas digitais.

2 MÉTODOS

Este estudo investigou o uso das redes sociais em três bibliotecas do Instituto Federal do Amazonas, designadas como Biblioteca 1, Biblioteca 2 e Biblioteca 3. A metodologia adotada visou oferecer uma compreensão completa sobre como essas instituições utilizam as redes sociais, dividindo-se em duas etapas principais: a aplicação de entrevistas e a análise dos dados coletados.

Entre junho e julho de 2024, foram realizadas entrevistas com representantes das três bibliotecas. As entrevistas foram estruturadas com perguntas fechadas e abertas. As perguntas fechadas buscavam obter dados específicos e quantitativos, como o início do uso das redes sociais, a periodicidade das postagens e os tipos de conteúdo compartilhado, fornecendo uma base objetiva para a coleta de informações. As perguntas abertas exploram aspectos qualitativos, como estratégias de engajamento, desafios enfrentados e percepções sobre o impacto das redes sociais, oferecendo uma visão das práticas e abordagens de cada biblioteca.

Após a conclusão das entrevistas, os dados foram analisados. A análise descritiva foi utilizada para identificar padrões e tendências comuns entre as bibliotecas, enquanto a análise comparativa permitiu destacar semelhanças e diferenças nas práticas e

desafios enfrentados por cada biblioteca. Esse processo de comparação elucidou as variações nas abordagens e estratégias adotadas.

A pesquisa concentrou-se na utilização das redes sociais pelas bibliotecas do Instituto Federal do Amazonas (IFAM) Campi de Manaus, avaliando as estratégias de comunicação e incentivo à leitura. O objetivo foi entender como essas ferramentas digitais melhoram a interação com os usuários e promovem a leitura, além de identificar desafios e resultados obtidos.

3 RESULTADOS

O uso das redes sociais nas bibliotecas do Instituto Federal do Amazonas (IFAM) em seus campi de Manaus é uma tentativa de modernizar e dinamizar a comunicação com os usuários, além de promover a leitura e ampliar a visibilidade das bibliotecas. Por meio da entrevista, realizada nos meses de junho e julho com as coordenadoras das bibliotecas, é possível observar como essas estratégias são implementadas, os desafios enfrentados e as oportunidades de melhoria. Para que suas identidades sejam resguardadas, trataremos as bibliotecas estudadas por Biblioteca 1, Biblioteca 2 e Biblioteca 3, na ordem em que a entrevista foi realizada.

As três bibliotecas analisadas utilizam o Instagram para promover seus serviços e aumentar a visibilidade institucional, embora com variações em suas abordagens e desafios enfrentados.

A Biblioteca 1 iniciou o uso das redes sociais em 2018, enquanto a Biblioteca 2 começou em outubro de 2017, e a Biblioteca 3 em agosto de 2020. Em todas essas bibliotecas, não há uma periodicidade definida para as postagens; os conteúdos são publicados conforme a demanda ou rotina específica de cada unidade.

Os tipos de conteúdo compartilhado são bastante similares entre as bibliotecas. A Biblioteca 1 e a Biblioteca 2 publicam informativos, eventos, e recomendações de treinamento e livros, enquanto a Biblioteca 3 foca em treinamentos, eventos e serviços oferecidos. Este enfoque reflete a tentativa de fornecer informações relevantes à comunidade acadêmica e ao público em geral.

A interação com os seguidores varia entre as bibliotecas. A Biblioteca 1 e a Biblioteca 3 concentram-se em mensagens privadas, enquanto a Biblioteca 2 prioriza respostas aos comentários. Em termos de estratégias de engajamento, a Biblioteca 1 solicita que os usuários sigam a página ao durante os treinamentos realizados, a Biblioteca 2 divulga eventos promovidos pelos próprios usuários, e a Biblioteca 3 investe em interações diretas com seus seguidores.

Entre os desafios enfrentados, a Biblioteca 1 lida com a dificuldade de acompanhar atualizações culturais, a Biblioteca 2 não menciona desafios específicos, e a Biblioteca 3 enfrenta a falta de mão de obra qualificada. Nenhuma das bibliotecas realiza campanhas específicas de promoção da leitura, e todas enfrentam limitações na avaliação do impacto das redes sociais. Apenas a Biblioteca 2 utiliza o engajamento como uma métrica de sucesso, enquanto a Biblioteca 1 e a Biblioteca 3 não têm um sistema definido para avaliar os resultados de suas atividades online.

A análise qualitativa revela que as bibliotecas visam aumentar a visibilidade e promover seus serviços, com diferenças no foco da comunicação: a Biblioteca 1 busca aumentar a acessibilidade e visibilidade geral, a Biblioteca 2 foca na promoção de serviços e eventos, e a Biblioteca 3 procura tornar a biblioteca mais conhecida, além de promover seus serviços e eventos. As decisões sobre o conteúdo são guiadas por temas relevantes, necessidades dos usuários ou relevância, dependendo da biblioteca.

No que diz respeito ao planejamento de publicações, todas as bibliotecas têm um planejamento limitado ou inexistente, o que sugere uma abordagem mais reativa do que proativa.

O Quadro 1, resume as principais características, estratégias e desafios das três bibliotecas analisadas, facilitando a visualização e comparação das informações.

Quadro 1: Resumo das informações coletadas

Aspecto	Biblioteca 1	Biblioteca 2	Biblioteca 3
Início do Uso das Redes Sociais	2018	Outubro de 2017	Agosto de 2020
Plataforma Principal	Instagram	Instagram	Instagram

Periodicidade das Postagens	Não definida; conforme demanda	Não definida; conforme rotina	Não definida; conforme demanda
Tipos de Conteúdo Compartilhado	Informativos, eventos, recomendações de treinamento e livros	Informativos, eventos, recomendações de treinamento e livros	Treinamentos, eventos, serviços oferecidos
Foco da Comunicação	Aumentar a acessibilidade e visibilidade geral	Promoção de serviços e eventos	Tornar a biblioteca mais conhecida, promover serviços e eventos
Estratégias de Engajamento	Solicita que os usuários sigam a página durante treinamentos	Divulga eventos promovidos pelos próprios usuários	Investimento em interações diretas com seguidores
Interação com Seguidores	Concentra-se em mensagens privadas	Prioriza respostas aos comentários	Concentra-se em mensagens privadas
Desafios Enfrentados	Dificuldade de acompanhar atualizações culturais	Não menciona desafios específicos	Falta de mão de obra qualificada
Campanhas de Promoção da Leitura	Não realiza	Não realiza	Não realiza
Métrica de Sucesso	Não tem sistema definido	Utiliza engajamento como métrica de sucesso	Não tem sistema definido
Limitações na Avaliação do Impacto	Sim	Sim	Sim

Fonte: Dados coletados pela autora - Entrevista (2024)

Descrição: Quadro resumo que reúne as principais informações da entrevista realizada com as coordenadoras das bibliotecas analisadas, do IFAM.

4 CONCLUSÕES

O estudo sobre o uso das redes sociais nas bibliotecas do IFAM revela um panorama importante da adaptação das bibliotecas à era digital. As redes sociais se destacam como ferramentas essenciais para modernizar a comunicação, promover a

leitura e ampliar a visibilidade institucional, mas sua implementação apresenta uma série de desafios e oportunidades para aprimoramento.

A pesquisa, conduzida com três bibliotecas do IFAM, revelou que, embora todas utilizem o Instagram para promover seus serviços, há variações significativas em suas abordagens e estratégias. A Biblioteca 1 e a Biblioteca 2 iniciaram o uso das redes sociais em 2017 e 2018, respectivamente, enquanto a Biblioteca 3 entrou na esfera digital apenas em 2020. Cada biblioteca adota práticas distintas no gerenciamento de conteúdo e interação com os seguidores, refletindo as particularidades e necessidades de suas comunidades acadêmicas.

Entre os pontos positivos, destaca-se o uso efetivo das redes sociais para disseminar informações sobre eventos, treinamentos e novas aquisições e recursos. A Biblioteca 1 e a Biblioteca 2, por exemplo, compartilham informativos e recomendações, enquanto a Biblioteca 3 se concentra em serviços e eventos. No entanto, a falta de uma periodicidade definida para as postagens e a ausência de campanhas específicas de promoção da leitura limitam o impacto dessas ações.

Os desafios identificados incluem a falta de recursos financeiros e humanos, a dificuldade em acompanhar atualizações culturais, e a ausência de um planejamento estratégico para as publicações. A Biblioteca 1 enfrenta problemas relacionados à atualização constante, a Biblioteca 2 não mencionou desafios específicos, e a Biblioteca 3 lida com a carência de pessoal qualificado. Além disso, a avaliação do impacto das redes sociais ainda é incipiente, com apenas a Biblioteca 2 utilizando o engajamento como uma métrica de sucesso.

Para superar essas dificuldades, é essencial que as bibliotecas adotem uma abordagem estratégica mais robusta. A implementação de um calendário de publicações pode garantir regularidade e relevância dos conteúdos. Investir na capacitação dos responsáveis pela gestão das redes sociais melhorará a qualidade das postagens e o engajamento. Desenvolver estratégias específicas para engajar os seguidores, utilizar ferramentas de análise para monitorar o desempenho e ajustar as estratégias são passos importantes para maximizar o impacto das redes sociais. A introdução de campanhas de promoção da leitura e a alocação de recursos dedicados também contribuirão para melhorar a eficácia das ações nas redes sociais.

As redes sociais têm um potencial significativo para as bibliotecas do IFAM, mas é necessário um planejamento cuidadoso e uma gestão estratégica para otimizar seus benefícios. Com a adoção das práticas recomendadas, as bibliotecas podem aumentar sua visibilidade, melhorar a comunicação com os usuários e promover a leitura de forma mais eficaz.

REFERÊNCIAS

GARCÍA, J. A.; LÓPEZ, C.; TUR, V.; GARCÍA DEL CASTILLO, A.; RAMOS, I. Las redes sociales: ¿adicción conductual o progreso tecnológico? In: FERNÁNDEZ, A. R. (Coord.). **Interactividad y redes sociales**. Madrid: ACCI, 2014. p. 263-282.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura). 191 p. ISBN 978-85-205-0525-0. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435_Redres_Sociais_na_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf. Acesso em: 12 fev 2024.

LANZI, Lucirene Andrea Catini. **Apropriação das tecnologias de informação e comunicação em bibliotecas escolares: em busca de um espaço dinâmico**. 2012. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Marília, 2012.