

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA**

SARAH FORTES DE SOUSA

**DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO EM REDE SOCIAL DA BIBLIOTECA
PÚBLICA ESTADUAL DO CEARÁ (BECE)**

Artigo apresentado ao Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia.

Orientador(a): Dra. Maria Giovanna Guedes Farias

Aprovado em 07/08/2025.

Banca examinadora:

Prof(a) Dra. Maria Giovanna Guedes Farias (orientadora)
Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Hamilton Tabosa (membro)
Universidade Universidade Federal do Ceará

Ma. Francisca Clotilde de Andrade Maia (membro)
Universidade Federal do Ceará

Fortaleza
2025



RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo geral apresentar como ocorre a disseminação da informação no perfil do Instagram da Biblioteca Pública do Estado do Ceará (BECE). É um estudo de caso de caráter exploratório com análise qualitativa como procedimento metodológico. Os dados foram coletados no perfil da biblioteca por meio do site Dolphin Radar e analisados pela técnica de análise de conteúdo. Conforme os resultados, as publicações que mais geram engajamento do público são as que informam sobre eventos, nos quais a comunidade pode participar e que tenham temáticas mais conectadas à área educacional e social. Também verificamos que a frequência de postagens mantém o perfil movimentado e há uma preferência pela comunicação por meio de imagens, enquanto vídeos são uma mídia a ser melhor explorada. Concluímos o Instagram da BECE dissemina informação de forma eficaz e consegue agregar diversos tipos de público, fazendo com que haja interação nos serviços remotos e presenciais.

Palavras-chave: disseminação da informação; bibliotecas públicas; redes sociais; Instagram.

ABSTRACT

This research aims to present the dissemination of information on the Instagram profile of the Ceará State Public Library (BECE). It is an exploratory case study with qualitative analysis as the methodological approach. The data was collected from the library profile through the Dolphin Radar website and analyzed using content analysis techniques. According to the results, the posts that generate the most public engagement are those reporting on events in which the community can participate and that have themes more closely related to the educational and social sphere. We also found that the frequency of posts keeps the profile active, and there is a preference for communication through images, while videos are a medium that should be further explored. We conclude that BECE's Instagram disseminates information effectively and is able to bring together diverse audiences, fostering interaction in both remote and in-person services.

Keywords: information dissemination; public libraries; social networks; Instagram.

1 INTRODUÇÃO

A disseminação da informação é uma etapa da divulgação científica que traduz a informação desenvolvida dentro da academia, universidade, bibliotecas e centros de pesquisa para população geral, colocando-a em contato com os trabalhos desenvolvidos por essas instituições e possibilitando que esse conhecimento seja compreendido, vivenciado e utilizado no cotidiano dessas pessoas. É um processo que envolve



habilidade por parte do comunicador e uma variedade de técnicas que permitem que conhecimentos relevantes alcancem sua audiência. Com esse intuito, são utilizadas uma diversidade de suportes de comunicação como programas de televisão, jornais impressos e digitais, sites institucionais e redes sociais.

As redes sociais são plataformas digitais que promovem o acesso à informação, divulgando produtos, serviços, eventos e finalmente, conhecimento. Costa (2022) aponta que o Instagram é uma mídia social popular para postagem de conteúdo, em que sua utilização não permaneceu somente na área do entretenimento, encontramos nela também perfis institucionais destinados a promover seus produtos, incluindo materiais acadêmicos.

As bibliotecas públicas, por sua vez, tem como uma de suas importantes funções atuar como mediadoras entre o conhecimento e a comunidade. Segundo a IFLA em seu Manifesto sobre bibliotecas públicas (1994, p.1) “[...] A participação construtiva e o desenvolvimento da democracia dependem tanto de uma educação satisfatória, como de um acesso livre e sem limites ao conhecimento, ao pensamento, à cultura e à informação.”. Com o avanço das tecnologias digitais, uma biblioteca dispor de redes sociais como o Instagram para se comunicar com seu público passou a ser uma necessidade.

Compreendendo a necessidade de aumento da presença dessas instituições públicas no meio digital e pela relevância desta rede social no cenário informacional atual. A análise de uma rede social como o Instagram possibilita uma reflexão sobre a efetividade das estratégias empregadas, o conteúdo compartilhado e o efeito na interação entre a biblioteca e seus usuários. O perfil da Biblioteca Pública Estadual do Ceará (BECE), foi escolhido como objeto deste estudo pela relevância histórica, cultural e social da biblioteca, sendo uma das principais instituições de acesso à informação no estado do Ceará. Além disso, por ser um perfil frequentemente atualizado, permite uma investigação consistente sobre como essas plataformas são usadas para compartilhar informações e fortalecer os laços com a comunidade.

Destarte, ao analisar uma biblioteca do porte da BECE e entender a forma como esta dialoga com seu público no Instagram, outras bibliotecas somente podem se beneficiar. Diante deste cenário, propomos a seguinte questão de partida: o perfil da Biblioteca Pública Estadual do Ceará é eficaz em disseminar informação em sua rede social? Para responder a esta pergunta, a pesquisa tem como objetivo geral apresentar como ocorre a disseminação da informação no perfil do Instagram da Biblioteca Pública do Estado do Ceará (BECE); e tem como objetivos específicos: a) identificar os temas e intenções das postagens da biblioteca na rede social; e b) verificar qual conteúdo gerou mais envolvimento do público.

2 DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Compreendemos que é fundamental e um dever de todos os pesquisadores divulgar suas pesquisas, visando contribuir com o progresso do conhecimento e a qualidade de vida da sociedade. Segundo Laville e Dionne (2001), divulgar a ciência para a população nada mais é do que a disseminação de forma acessível de pesquisas científicas, possibilitando que pesquisadores cumpram seu papel social. Segundo Caribé (2015, p. 101), há diversos termos para se referir a popularização do conhecimento científico e tecnológico como divulgação, vulgarização e comunicação pública da ciência, considerados sinônimos. “Estão centrados no processo cujo esquema parte do emissor com o objetivo de enviar informações específicas a determinado grupo social. Entretanto, o objetivo consiste apenas em se fazer conhecer. A divulgação científica visa gerar como resultado a percepção pública da ciência”.

Caribé (2015) entende a divulgação científica como parte de um processo com atividades desenvolvidas para atender necessidades informacionais que tem como cliente um grupo social que irá receber essa informação. Farias, Maia e Santos (2023) refletem sobre como o conhecimento científico é produzido e como ocorre a retroalimentação no ecossistema de divulgação e comunicação científica:

O conhecimento científico é produzido em diferentes etapas, desde a formulação de uma problemática, observada a partir de um fenômeno, com o estabelecimento de hipóteses e de uma metodologia, que validará ou não as questões apresentadas, para



assim, apresentar e comunicar seus resultados para a comunidade científica. Todas as etapas são relevantes, pois possibilitam a produção do conhecimento, no entanto, a etapa da comunicação científica influencia sobremaneira nesse processo, pois oportuniza a retroalimentação e a evolução da ciência, uma vez que os pesquisadores se baseiam em publicações científicas para produzir novos estudos e propiciar a evolução da ciência. (p. 4).

As autoras citam as universidades como grandes mantenedoras desse empreendimento incentivando seus egressos durante a graduação oportunidades de desenvolver pesquisas, publicá-las, e, mais tarde, seguir sua formação com especializações e pós-graduações.

A disseminação por meio da comunicação em massa, por sua vez, traduzem esses relatórios de pesquisa de forma acessível para um público maior e diversificado. A publicação de uma matéria no jornal Folha de São Paulo em 2020 afirma que, “Instituições brasileiras são as que mais fazem divulgação da ciência em todo o mundo”, por exemplo; permitiu o acesso de seus leitores a um artigo publicado em uma revista científica internacional com vocabulário compreensível.(Fernandes; Andretta; Lima, 2020).

A disseminação da informação tem sua origem apontada por Dias (2005) na década de 1960, em ambiente escolar formal, quando cientistas buscavam minimizar a complexa tarefa de recuperar informações relevantes para seus trabalhos de pesquisa. Conforme o autor, com o surgimento dos sistemas informatizados e das bases de dados especializadas, “[...] as bibliotecas desenvolveram serviços automatizados de disseminação de informação. Daí por diante, as informações passaram a ser distribuídas a um número maior de usuários, que tinham seus interesses e necessidades previamente cadastradas.” (p. 65)

Para filtrar uma informação de acordo com o interesse desses usuários em meio a essa grande quantidade de dados, a mediação de um profissional da informação é imprescindível. Além disso, conforme Dias (2005, p. 69), “[...] as características culturais, por exemplo, podem afetar a absorção do conhecimento e da informação; durante o processo, é importante ter visibilidade do que se quer comunicar, do conteúdo, dos meios de comunicação mais (ou menos) eficazes, em relação ao contexto e ao usuário”. Essa perspectiva destaca a complexidade inerente ao processo de disseminação da



informação, que não se limita à simples transmissão de conteúdos, mas envolve uma série de fatores contextuais e socioculturais que influenciam sua recepção e assimilação. Corroboramos com a autora, pois se faz necessário abordagens estratégicas, considerando não apenas o conteúdo a ser disseminado, mas também as particularidades do público-alvo, suas características culturais, cognitivas e sociais. Escolher os meios de comunicação é fundamental e é preciso ter critérios, levando em conta a eficácia em determinado contexto, de modo a assegurar que a mensagem seja compreendida e internalizada de maneira adequada.

Nessa perspectiva de disseminar e divulgar a informação científica e tecnológica, o bibliotecário é um grande aliado, pois esse profissional tem capacidade de compreender que esse tipo de divulgação não pode ser tratada como um processo aleatório ou improvisado, mas sim como uma atividade que demanda planejamento minucioso, conhecimento técnico e sensibilidade sociocultural. Cabe a este profissional com perfil mediador, assegurar que esse processo seja conduzido com competência, de modo a promover uma efetiva circulação do saber, adaptando-se às necessidades e particularidades de seu público, principalmente em um contexto de forte uso das redes sociais.

3 BIBLIOTECAS PÚBLICAS E REDES SOCIAIS

Uma biblioteca pública é uma instituição que tem como papel ser um centro de disseminador de informação que serve não somente a comunidade acadêmica, mas a todas as camadas sociais. Segundo o Manifesto da IFLA/UNESCO sobre Bibliotecas Públicas (1994, p. 1): “A biblioteca pública - porta de acesso local ao conhecimento - fornece as condições básicas para uma aprendizagem contínua, para uma tomada de decisão independente e para o desenvolvimento cultural dos indivíduos e dos grupos sociais.” Santos (2014, p. 55) remarca que, a biblioteca pública tem “uma característica singular: acompanha (ou ao menos, deveria acompanhar) e se ajusta às mudanças que a sociedade experimenta, mas se mantém íntegra na observância de suas funções de disseminadora do saber, preservadora da memória cultural e estimuladora da educação permanente do cidadão.”

Com a digitalização da vida da Sociedade da Informação, as bibliotecas perceberam que é necessário se adaptar à nova realidade ou desaparecer. A missão da biblioteca pública evolui para “assegurar a democratização do acesso em rede, a oferta de produtos e serviços de qualidade que venham a contribuir para a diminuição de desigualdades sociais, estimulando os usuários a utilizar a web como instrumento de ampliação de conhecimento e convivência.” (Santos, 2014, p.61).

A biblioteca pública passa então a compreender que os seus usuários na nova configuração social são geradores disseminadores de opinião e informação. Esse público se comunica diariamente por ferramentas digitais, as redes sociais. Silva explica que “As redes sociais são formadas por pessoas que interagem, têm interesses mútuos ou alguma relação entre si; posto que as mídias sociais são plataformas tecnológicas utilizadas somente para compartilhamento de informação.” (Silva, 2014, p. 31).

As redes sociais então se apresentaram poderosas ferramentas para aumentar o acesso à informação, mostrar os serviços disponíveis, divulgar eventos culturais e aproximar-se mais da comunidade. Ao usar essas páginas de maneira consciente, as bibliotecas podem se transformar, respondendo às necessidades de informação de seus usuários. Segundo Viard e Paixão “O uso de mídias sociais trata-se de uma estratégia de marketing e deve ser realizada de maneira prévia e planejada, por meio de um plano de marketing, prevendo o conteúdo que será criado, ações de gerenciamento da página e relação com o público seguidor.” (2017, p. 6).

O Instagram é importante como rede social de uso de bibliotecas por causa do aspecto memorável que ele tem, já que o modo como as pessoas interagem muda totalmente a experiência do usuário nas trocas simbólicas, como aponta Sala *et al.* (2020, p. 22). O profissional que mantém o perfil coloca informações e cria uma história sobre a instituição, escolhendo as informações mais importantes segundo a sua própria seleção. Destarte, Santos (2014, p. 62) declara que “a biblioteca pública contemporânea, plena de perspectivas e de enormes desafios, necessita do bibliotecário com formação adequada, sólida cultura geral e domínio do uso das atuais tecnologias da informação e comunicação.”.

As bibliotecas públicas atualmente encontram barreiras que envolvem faltas de profissionais na biblioteca para fazer essa mediação entre usuários, tecnologia e informação. Outro desafio é a falta de recursos tecnológicos. Grande parte das bibliotecas brasileiras têm alguma página digital, porém um terço das bibliotecas no Brasil tem redes sociais. “De acordo com a pesquisa TIC Cultura de 2020, 33% das bibliotecas públicas possuíam redes sociais, 3% tinham site próprio, 14% usavam site de terceiros e 3% tinham aplicativos para celulares e tablets.”. (ABCD, 2024).

Apesar da situação se apresentar desfavorável, a ABCD (2024) aponta que cada vez mais bibliotecas estão iniciando projetos que ampliam suas funções. O objetivo dessa transformação é ampliar a ação desses espaços que antes somente ofereciam livros e revistas em centros que incluem atividades culturais e/ou artísticas de outras áreas, envolvendo a comunidade local.

4 METODOLOGIA

Esta pesquisa é classificada como exploratória por “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses.” (Gil, 2010, p. 41). Quanto aos procedimentos técnicos utilizados na análise de dados, este artigo é um estudo de caso que ainda segundo Gil (2010, p. 54), “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados.” A sua natureza é qualitativa, por ser:

Menos formal do que a análise quantitativa, pois nesta última seus passos podem ser definidos de maneira relativamente simples. A análise qualitativa depende de muitos fatores, tais como a natureza dos dados coletados, a extensão da amostra, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que nortearam a investigação. Pode-se, no entanto, definir esse processo como uma sequência de atividades, que envolve a redução dos dados, a categorização desses dados, sua interpretação e a redação do relatório. (Gil, 2010, p. 133).

Para a fundamentação teórica realizamos uma pesquisa bibliográfica, a fim de construir uma base temática e assim, familiarizar com o assunto em sua toda forma em

diversas bases de dados, a principal delas o Google Acadêmico no período de maio e julho de 2025. Os principais termos centrais utilizados para encontrar os mesmos em nossa língua portuguesa, de forma individual e combinada foram: disseminação da informação, redes sociais, Instagram e bibliotecas públicas. A análise de conteúdo criada por Bardin (1977, p. 42) foi técnica escolhida para a análise dos dados

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

A Biblioteca Pública Estadual do Ceará (BECE) consiste em uma das mais antigas instituições culturais do estado. A sua história que começou em 1848 com sua idealização e desde lá, a Biblioteca foi abrigada por diversos endereços e agora está situada na Avenida Castelo Branco, 255, Praia de Iracema.

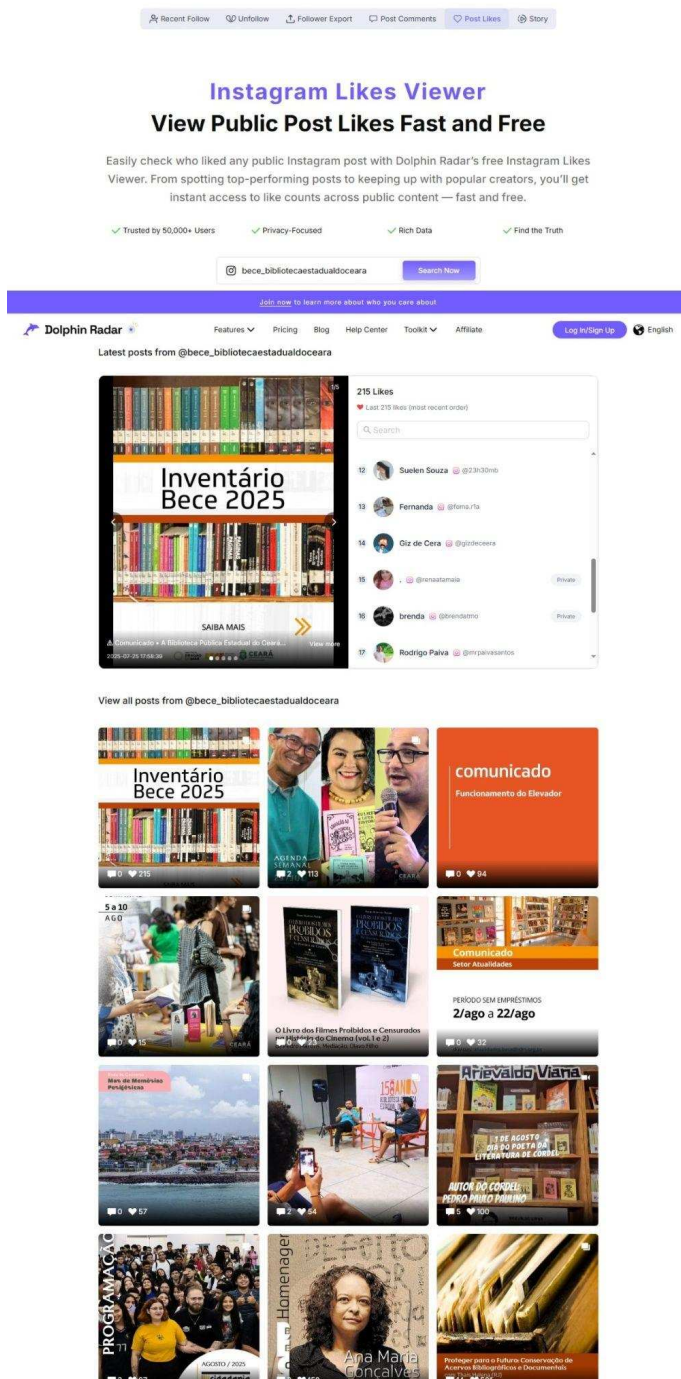
O seu acervo reúne mais de 100 mil volumes organizados em diversas coleções, tendo no setor de Obras Raras um dos mais importantes acervos do País. Na BECE funciona também o Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Ceará e atua como equipamento de referência na rede integrada de bibliotecas municipais e comunitárias de todo o estado. (A Bece, s.d.).

A escolha do Instagram como objeto de análise se justifica por essa rede social ser uma das mais populares no Brasil e ter um alcance entre públicos diversos como jovem e adulto, se tornando um importante instrumento para a disseminação de informação. Com essa alta capacidade de engajamento e um visual sofisticado, a plataforma possibilita que uma biblioteca como a BECE promova seus serviços, projetos e eventos de forma acessível. A escolha por esta biblioteca como objeto de estudo, se deu pela relevância da mesma no estado do Ceará.

A amostra do perfil @bece_bibliotecaestadualdoceará corresponde ao conteúdo da última semana de julho e início de agosto de 2025, dos dias 26 de julho a 02 de agosto com o total de 10 postagens em seu *feed*. Os dados de curtidas e compartilhamentos

foram obtidos através do site Dolphin Radar, uma plataforma gratuita que possibilita a terceiros estudar dados numéricos do Instagram que não são mais visíveis no aplicativo.

Figura 1 - Dolphin Radar



Recent Follow Unfollow Follower Export Post Comments Post Likes Story

Instagram Likes Viewer

View Public Post Likes Fast and Free

Easily check who liked any public Instagram post with Dolphin Radar's free Instagram Likes Viewer. From spotting top-performing posts to keeping up with popular creators, you'll get instant access to like counts across public content — fast and free.

- Trusted by 50,000+ Users
- Privacy-Focused
- Rich Data
- Find the Truth

bece_bibliotecaestadualdoceara Search Now

Join now to learn more about who you care about

Dolphin Radar Features Pricing Blog Help Center Toolkit Affiliate Log In/Sign Up English

Latest posts from @bece_bibliotecaestadualdoceara

215 Likes
Last 215 likes (oldest recent order)

- Suelen Souza @230301m
- Fernanda @ferria1a
- Giz de Cera @gizdecera
- @renatamata
- brenda @brendamto
- Rodrigo Palva @mpalvasantos

View all posts from @bece_bibliotecaestadualdoceara

comunicado
Funcionamento do Elevador

comunicado
Setor Atualidades

PERÍODO SEM EMPRÉSTIMOS
2/ago a 22/ago

5 a 10 AGO

Ó Livro dos Filmes Proibidos e Censurados

Man de Brasília

PROGRAMAÇÃO

Homenagem

Prof.ª Ana Maria Gonçalves

Arivaldo Viana

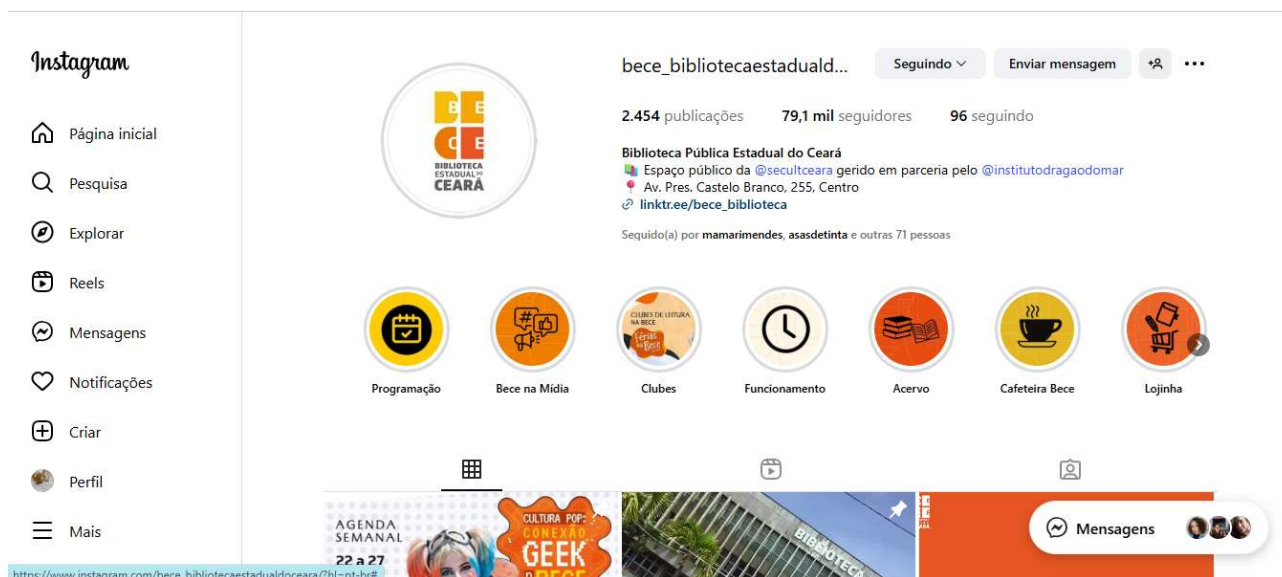
Fonte: <https://tinyurl.com/3p6nbp4c> (2025).

Para a análise de conteúdo, observamos padrões nas postagens, as organizamos em uma tabela e escolhemos duas categorias para nos focar, o conteúdo e o engajamento. A categoria conteúdo tem o objetivo de identificar os temas e intenções das postagens da biblioteca na rede social, essa categoria mapeia como a biblioteca escolhe disseminar suas informações. A categoria do engajamento, existe para avaliar como o público interage com esse conteúdo, essa métrica nos mostra qual conteúdo gerou mais envolvimento do público, permitindo avaliações da eficácia das estratégias de comunicação da biblioteca.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

O perfil do Instagram da Biblioteca Pública do Ceará está público desde março de 2020 e no momento presente, de 26 de julho a 02 de agosto de 2025 tem 2.471 publicações; 79,4 mil seguidores e seguindo 96 contas. Em sua descrição há *links* que direcionam para as contas da @secultceara e @institutoragaodomar, ambas gerentes do espaço que a biblioteca ocupa. Outro *link* abaixo temos um Linktree para uma diversidade de páginas como Clube de Leitura; Coral da BECE; FLICKR da BECE; Inscrições para oficinas e formações; Programação BECE; Google Arts & Culture BECE; Site institucional; Acervo; Notícias; Pesquisa de satisfação; Regulamento; e Youtube. Seguindo, temos destaques em que a biblioteca organiza informações em forma de *posts* com linguagem direta e acessível, além de ter imagens chamativas ao público; entre eles estão Programação, BECE na mídia, Clubes, Funcionamento, Acervo, Cafeteria, Lojinha, Aplicativo, Avalie a Bece e Contatos.

Figura 2 - Cabeçalho do perfil

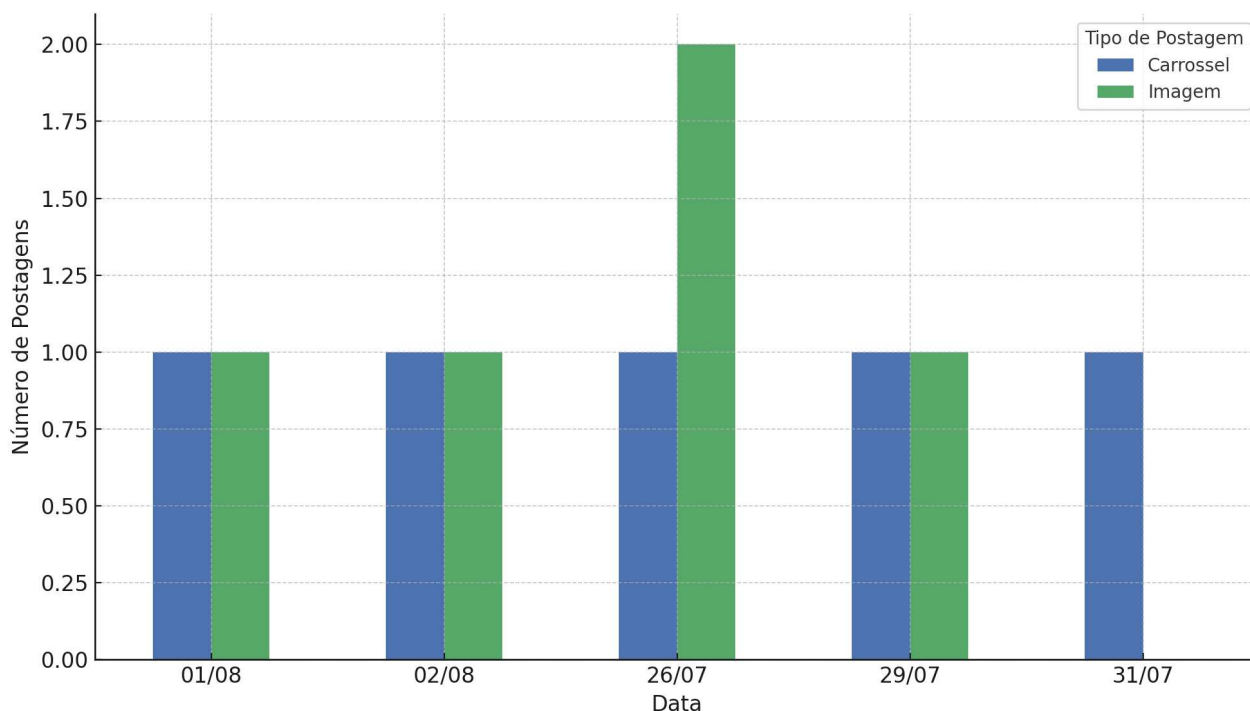


Fonte: @bece_bibliotecaestadualdoceara (2025).

A análise das postagens do perfil oficial da Biblioteca mostrou padrões importantes sobre como a informação é disseminada e como o público reage a essa informação nas redes sociais.

Durante uma semana, foram observadas dez postagens divididas em 5 dias; foram realizadas metade das publicações em imagens e a outra metade em carrosséis sem uso de vídeos na aba de *reels*. É relevante notar que vídeos são um recurso que poderia ampliar o alcance e diversificar a comunicação, além de melhorar a apresentação visual das ações divulgadas. Podemos entender que a Biblioteca não está usando frequentemente todos os formatos disponíveis na plataforma.

Figura 3 - Frequência de postagens por tipo e data

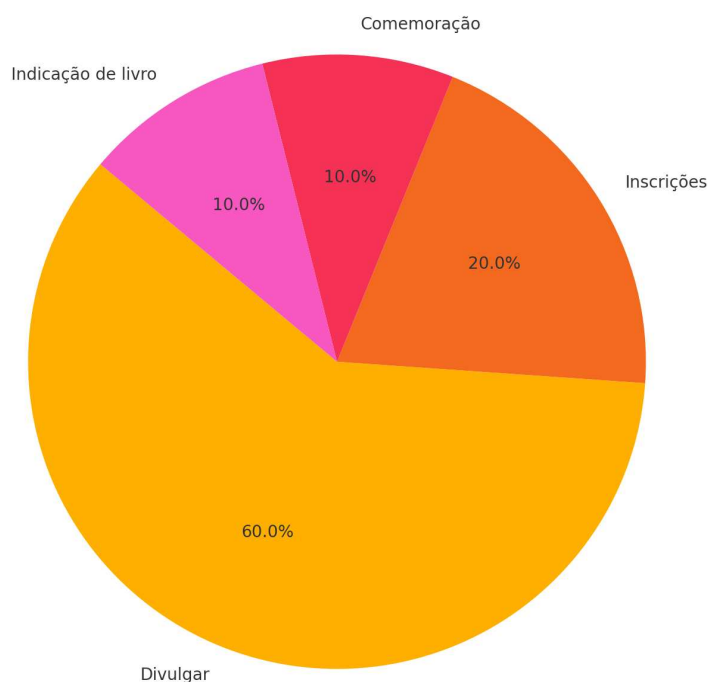


Fonte: Elaborada pela autora (2025).

A regularidade de postagens na semana e dias, assim como o número total crescente, corrobora a afirmação de Costa (2022, p. 10) de que a Biblioteca Pública Estadual do Ceará tem um fluxo de postagens contínuo e segundo o autor, o maior entre as bibliotecas do Nordeste.

Visando a categoria de conteúdo, percebemos que a maioria das postagens tinha como intenção divulgar eventos e ações culturais (60%), seguida por convites para inscrições em oficinas (20%) e conteúdos comemorativos ou indicação de leituras (20%), esses últimos em um mesmo *post*. O padrão desses tipos de conteúdo publicado demonstra o papel social e educativo que a BECE deseja ter dentro e fora de suas redes sociais.

Figura 4 - Distribuição Percentual da Intencionalidade das Postagens

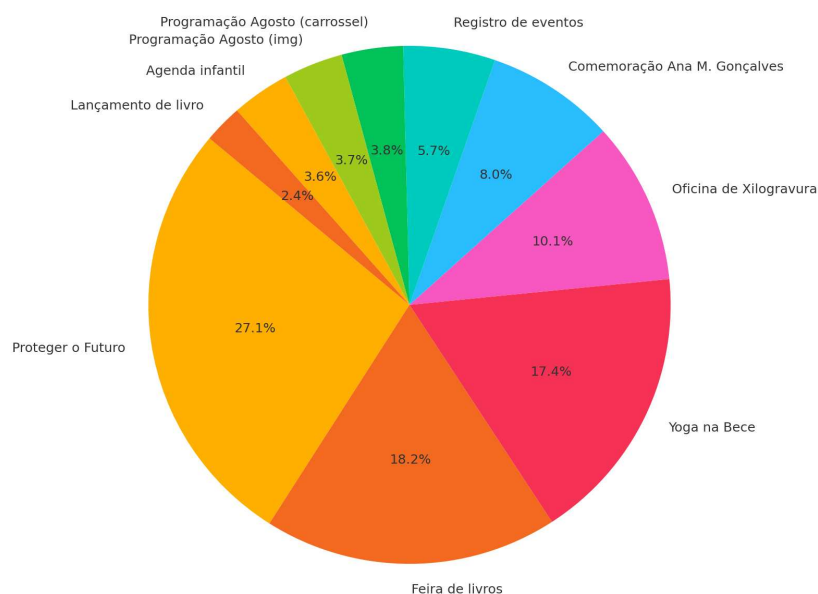


Fonte: Elaborada pela autora (2025).

Por outro lado, as publicações com conteúdo informativo do cotidiano da biblioteca, como a divulgação da programação mensal ou da agenda para crianças, tiveram os menores índices de interação, com cerca de 3,6% a 3,8% do engajamento total cada. Seguido por esse menor número, foi o anúncio do lançamento de um livro local, com 2,4%. Esses números mostram que o público pode não se interessar em conteúdos apenas informativos ou que prefere publicações que ofereçam um valor participativo e educacional.

Segundo Costa (2022, p. 5) as bibliotecas devem utilizar os benefícios da Web em especial das redes sociais para alcançar novos usuários e oferecer um acesso maior a informação. O engajamento e interatividade que é possível gerar através de postagens facilitam a divulgação dos serviços presenciais e digitais da instituição além de permitir uma maior qualidade das suas atividades.

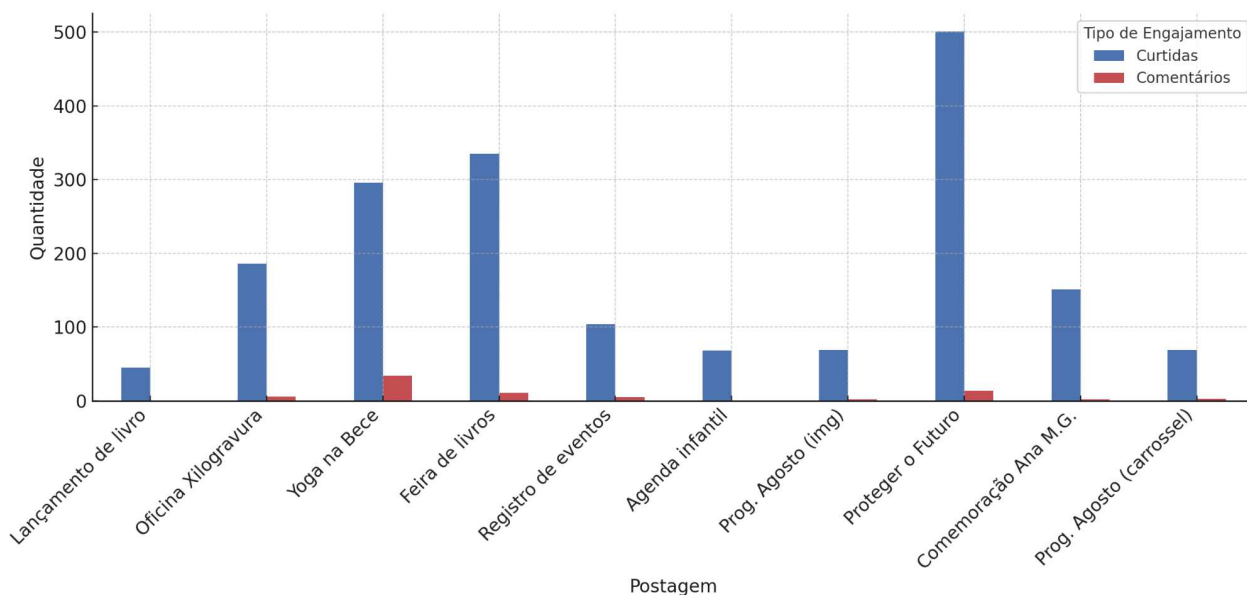
Figura 5 - Distribuição Percentual da Engajamento das Postagens



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Visando na categoria de engajamento do público, houve uma diversidade de variações bastante notáveis. O *post* que mais chamou atenção, intitulado "Proteger para o futuro: conservação de acervos bibliográficos e documentais", teve 27,1% das interações totais (501 curtidas e 14 comentários). Ele destacou-se por apresentar uma oficina gratuita com foco na manutenção de acervos com práticas sustentáveis. Em segundo lugar, os conteúdos sobre a feira de livros (18,2%) e atividades físicas, como o Yoga na Bece (17,4%), também tiveram grande participação. Esses números reforçam que o público tende a se interessar mais por ações práticas, temas sociais ou atividades que promovem uma experiência individual. Também podemos entender pela diversidade de atividades que o público da biblioteca é de idades diferentes, de jovens a adultos.

Figura 5 - Curtidas e Comentários por Postagem



Fonte: Elaborada pela autora (2025)

Ainda observando a diferença entre a quantidade de curtidas e comentários, podemos entender que o público interage e recebe o conteúdo da página, mas não se sente motivado em comentar na mesma proporção. Por meio desses dados, foi possível perceber que a disseminação de informações no Instagram da BECE é bem sucedida quando a biblioteca publica assuntos que têm relevância social e comunitária. Entendemos que conteúdos promotores de experiências, educação e acolhimento tendem a atrair mais atenção e como consequência movimentam a rede social, enquanto apenas notificar informações do dia a dia não tem o mesmo efeito.

Destarte, a disseminação de informações em perfis sociais das bibliotecas públicas envolve a democratização do acesso ao conhecimento, promove a inclusão digital e fortalece o envolvimento da comunidade. É preciso que os gerenciadores dos perfis de redes sociais tenham especial atenção aos formatos das postagens e a linguagem utilizada, observando os recursos informativos, e focando em temas de interesse dos mais diversos públicos, expandindo, assim, os limites físicos da instituição. Observamos que a presença digital ativa da biblioteca contribui para eliminar a assimetria informativa, promover a alfabetização midiática e facilitar a interação com os usuários e potenciais

usuários, além de melhorar a visibilidade das bibliotecas como espaço vivo, dinâmico e fundamental para a produção do conhecimento.

6 CONCLUSÃO

As bibliotecas públicas têm como responsabilidade final disseminar educação, cultura e lazer para a comunidade a qual ela pertence. As redes sociais, por sua vez, são atualmente as ferramentas necessárias à disseminação da informação operando no centro dessas instituições, democratizando o acesso à informação. É imprescindível que bibliotecas aprendam a utilizar essas ferramentas para divulgar seus serviços e produtos, assim como também promover programas de treinamento dessas plataformas para que sua equipe se mantenha atualizada e informada para analisar casos de sucesso e fraquezas.

Ao observarmos a análise de dados coletados concluímos que o objetivo geral foi alcançado, a BECE não somente tem uma presença *online* constante e competente, como também produz conteúdo relevante e diversificado que compartilha informação educacional, cultural e artística. Os seus seguidores não somente engajam na página por meio de curtidas, mas também comparecem a eventos e atividades propostos pela biblioteca como podemos pela divulgação de fotos dos eventos realizados. Entretanto, identificamos alguns dados que precisam ser estudados e aprimorados pelos servidores da biblioteca, como tornar anúncios da programação cotidianos da biblioteca mais interessantes ao público; produzir postagens em formato de vídeos e trabalhar o engajamento na forma de comentários na página.

Como consequência do espaço limitado de tempo de observação, esta pesquisa é focada em limitadas métricas e percepções feitas durante este estudo. Entendemos que seus resultados seriam mais completos com o auxílio de entrevistas com os bibliotecários responsáveis pelas redes sociais da BECE e *feedbacks* dos usuários da biblioteca; seguida de uma análise quantitativa mais profunda de números curtidas e compartilhamentos de *posts*, *stories* e *reels* pelo público. Destarte, pode ser considerada o pontapé inicial para uma investigação mais aprofundada futuramente.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Sueli Angelica. **Marketing da informação**: abordagem inovadora para a gestão de unidades de informação. 2011. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/percursos/article/view/2313>. Acesso em: 23 jul. 2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. Disponível em: <https://ia802902.us.archive.org/8/items/bardin-laurence-analise-de-conteudo/bardin-laurence-analise-de-conteudo.pdf>. Acesso em: 02 ago. 2025.

BIBLIOTECA PÚBLICA ESTADUAL DO CEARÁ. Fortaleza. Instagram: @bece_bibliotecaestadualdoceara. Disponível em: https://www.instagram.com/bece_bibliotecaestadualdoceara/?hl=pt-br. Acesso em: 23 julho 2025.

BIBLIOTECA PÚBLICA ESTADUAL DO CEARÁ. **A Bece**. Fortaleza: BECE. [20--?]. Disponível em: <https://bece.cultura.ce.gov.br/a-bece/>. Acesso em: 25 jul. 2025.

BOTALLO, Ana. Instituições brasileiras são as que mais fazem divulgação da ciência. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 25 out. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/10/instituicoes-brasileiras-sao-as-que-mais-fazem-divulgacao-da-ciencia-em-todo-o-mundo.shtml>. Acesso em: 23 jul. 2023.

CARIBÉ, Rita de Cássia. **Comunicação científica**: reflexões sobre o conceito. *Informação & Sociedade*, v. 25, n. 3, p. 89-104, 2015. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/93078>. Acesso: 23 jul. 2025.

COSTA, Divaldo Silva da. **Uso da rede social Instagram por bibliotecas públicas no Nordeste brasileiro**. 2022. Disponível em: <https://www.repositorio.ufal.br/handle/123456789/12410>. Acesso: 23 jul. 2025.

DIAS, Simone Lopes. **A disseminação da informação mediada por novas tecnologias e a educação do usuário na biblioteca universitária**. 2005. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/entities/publication/9ea06947-d092-4b26-978b-898def2e8648>. Acesso: em 23 jul. 2025

DOLPHIN RADAR. **Your all-in-one Instagram tool**. [s.l.]: Dolphin Radar, [s.d.]. Disponível em: <https://www.dolphinradar.com/>. Acesso em: 04 ago. 25.

FERNANDES, Tatiana; ANDRETTA, Pedro; LIMA, Izabel. **Atuação da Biblioteconomia nas Redes Sociais**: divulgação científica. Youtube, 3 dez. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hl1J9R5HVsu&t=5684s>. Acesso em: 23 jul. 2025.



GIL, Antonio Carlos *et al.* **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 23 jul. 2023.

GARCIA, Isabele Oliveira dos Santos. **Bibliotecas no Instagram**: um estudo sobre o uso do aplicativo por unidades de informação. 2017. Disponível em: Pantheon: Bibliotecas no Instagram: um estudo sobre o uso do aplicativo por unidades de informação. Acesso em: 23 jul. 2025.

FARIAS, Maria Giovanna Guedes; MAIA, Francisca Clotilde Andrade; SANTOS, Nicolle Negreiros Lima. **Divulgação científica em bibliotecas universitárias**: reflexões e possíveis caminhos. *Palavra Clave*, v. 13, 2023. Disponível em: Divulgação científica em bibliotecas universitárias: reflexões e possíveis caminhos. Acesso em: 23 jul. 2023.

IFLA (1994). Manifesto da IFLA/UNESCO sobre Bibliotecas Públicas. IFLA. Disponível em: <http://archive.ifla.org/VII/s8/unesco/port.htm>. Acesso em: 04 ago 2025.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. A comunicação científica. *In: A construção do saber*. 251. manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed, 2001. p. 237. Disponível em: Acesso em: 23 jul. 2025. Disponível em: <https://elizabethruano.com/wp-content/uploads/2016/08/laville-dionne-2008-problema-e-problemc3a1tica.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2025.

PROGENE, Priscila Nazaré Castro. A disseminação da informação na biblioteca da UNAMA nas redes sociais: Facebook e Twitter. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, v. 9, n. 1, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/moci/article/view/17045>. Acesso: 23 jul. 2025.

Quais são os desafios das bibliotecas nos dias de hoje e qual é seu futuro?. **Agência de Bibliotecas e Coleções Digitais da Universidade de São Paulo**, São Paulo, 17 maio 2024. Disponível em: https://www.abcd.usp.br/noticias/desafios-das-bibliotecas-2024/?doing_wp_cron=1754272168.9159669876098632812500. Acesso em: 02 jago. 2025.

SALA, Fabiana; LOPES, Fernando Cruz; SANCHES, Gisele Aparecida Ribeiro; BRITO, Tânia Regina de. Bibliotecas universitárias em um cenário de crise: mediação da informação nas redes sociais durante a pandemia de COVID-19. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 5, n. 1, p. 10-32, jan./jun. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/43933>. Acesso em: 02 ago. 2025.

SALCEDO, Diego Andres *et al.* **A disseminação da informação**: o papel do bibliotecário-mediador. *Revista ACB*, v. 22, n. 1, p. 23-30, 2017. Disponível em: A disseminação da informação: o papel do bibliotecário-mediador. Acesso em: 23 jul. 2025.



SANTOS, Cássia Rosania Nogueira; AGANETTE, Elisângela Cristina. Disseminação da informação em redes sociais de biblioteca. *In: XXIII Encontro nacional de pesquisa e pós-graduação em ciência da informação*. 2023. Disponível em: ID1515_GT8_TC.docx. Acesso em: 23 jul. 2025.

SANTOS, Josiel Machado. A cultura da informação nas bibliotecas públicas brasileiras. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 10, n. 1, p. 54-67, 2014 .Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/280>. Acesso em: 02 ago. 2025.

SILVA, Valfredo Lima da. **Uso das redes sociais como forma de disseminação da informação**: um estudo de caso nas bibliotecas do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia (IFBA). 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/23909>. Acesso em: 23 jul. 2025.

VIARD, Monique de Sá Tavares; PAIXÃO, Pablo Boaventura Sales. O uso do instagram como ferramenta de divulgação científica: análise de conteúdo do perfil @cienciajuventude. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, v. 13, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/moci/article/view/39216>. Acesso em: 23 jul. 2025.

YAZAN, Bedrettin *et al.* Três abordagens do método de estudo de caso em educação: Yin, Merriam e Stake. **Revista Meta: Avaliação**, v. 8, n. 22, p. 149-182, 2016. Disponível em: <https://revistas.cesgranrio.org.br/index.php/metaavaliacao/article/view/1038>. Acesso em: 23 jul. 2025.