

“VOCÊ SABIA” QUE É POSSÍVEL DIVULGAR BENS E SERVIÇOS DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA POR MEIO DA COMUNICAÇÃO VISUAL?

Fabíola Maria Pereira Bezerra (UFC) - fabbezerra@gmail.com

Francisco Jonatan Soares (UFC) - fjonatan.soares@gmail.com

Diana Flor Rifane (UFC) - dianarifane@gmail.com

Nirlange Pessoa Queiroz (UFC) - nirlange@ufc.br

Resumo:

Apresenta os resultados alcançados com a ação de comunicação visual adotada pela Biblioteca Universitária da Universidade Federal do Ceará denominada “Você Sabia?”, no período de abril de 2015 a abril de 2016. O novo serviço de disseminação da informação utiliza as mídias eletrônicas para destacar os produtos, serviços e conteúdos informacionais disponibilizados pela biblioteca para a construção do conhecimento pela comunidade acadêmica, focalizando-se nesse estudo a veiculação de posts no Facebook. Destaca a imagem como meio de facilitar o entendimento da mensagem, aliado a um conteúdo textual da comunicação elaborado na forma interrogativa para reforçar a intenção de estabelecer ou fortalecer as ligações com os usuários, na perspectiva da Educomunicação. O levantamento das métricas da rede social utilizada mostrou resultados satisfatórios, dada a grande visibilidade das postagens, que validou a ideia inicial do potencial redes sociais, cujo alcance é cada vez mais amplo, para divulgação dos banners digitais produzidos pelo Sistema de Bibliotecas e para intensificar a interação com os usuários.

Palavras-chave: *Comunicação Visual. Educomunicação. Biblioteca Universitária.*

Área temática: *Eixo 2 - Responsabilidade Política, Técnica e Social*

Subárea temática: *Educação de usuários e competências informacionais*

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias SNBU 2016

Eixo Temático: Educação de usuários e competências informacionais.

**“VOCÊ SABIA” QUE É POSSÍVEL DIVULGAR BENS E SERVIÇOS DA
BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA POR MEIO DA COMUNICAÇÃO
VISUAL?**

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

Modalidade da apresentação: Comunicação oral

RESUMO

Apresenta os resultados alcançados com a ação de comunicação visual adotada pela Biblioteca Universitária da Universidade Federal do Ceará denominada “Você Sabia?”, no período de abril de 2015 a abril de 2016. O novo serviço de disseminação da informação utiliza as mídias eletrônicas para destacar os produtos, serviços e conteúdos informacionais disponibilizados pela biblioteca para a construção do conhecimento pela comunidade acadêmica, focalizando-se nesse estudo a veiculação de *posts* no Facebook. Destaca a imagem como meio de facilitar o entendimento da mensagem, aliado a um conteúdo textual da comunicação elaborado na forma interrogativa para reforçar a intenção de estabelecer ou fortalecer as ligações com os usuários, na perspectiva da Educomunicação. O levantamento das métricas da rede social utilizada mostrou resultados satisfatórios, dada a grande visibilidade das postagens, que validou a ideia inicial do potencial redes sociais, cujo alcance é cada vez mais amplo, para divulgação dos *banners* digitais produzidos pelo Sistema de Bibliotecas e para intensificar a interação com os usuários.

Palavras-Chave: Comunicação Visual. Educomunicação. Biblioteca Universitária.

ABSTRACT

Presents the results achieved with the action of visual communication adopted by the Biblioteca Universitária of Universidade Federal do Ceará (BU/UFC) called "Did You Know?", from April 2015 to April 2016. The new information dissemination service uses electronic media to highlight products, services and informational content provided by the library for the construction of knowledge by the academic community, focusing this study the placement of posts on Facebook. Highlights the image as a means of facilitating the understanding of the message, with a textual content of the communication prepared in the interrogative form to reinforce the intention to establish or strengthen links with users in view of Educommunication. The survey metrics of social network used showed satisfactory results, given the high profile of the posts, which validated the initial idea of the potential social networks whose scope is becoming wider, for dissemination of digital banners produced by BU/UFC and to intensify interaction with library users.

Keywords: Visual communication. Educommunication. University Library.

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

1 Introdução

A Comunicação Visual está inserida no contexto da sociedade contemporânea, seja por meio de signos, imagens, desenhos ou gráficos, sendo indiscutível sua eficácia. O uso da imagem chega mais rapidamente ao receptor, enquanto o texto precisa ser lido e interpretado.

Partindo-se desse princípio, e na expectativa de criar uma nova forma de comunicação com a comunidade universitária, em abril de 2015, os serviços e produtos do Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Ceará (UFC) passaram a ser divulgados semanalmente em forma de *banner*. A proposta com a divulgação visual foi propiciar uma maior absorção das informações publicadas à comunidade acadêmica.

Inicialmente, foram listados produtos e serviços estratégicos do Sistema de Bibliotecas a serem divulgados numa proposta inovadora. Dentro do projeto de comunicação visual do Sistema surgiu a ação denominada “Você sabia?”. A escolha desse título para a ação foi no sentido de mostrar os produtos e serviços em forma de frases interrogativas, provocando um questionamento na comunidade universitária sobre o conteúdo do que estava sendo divulgado. A criação da comunicação visual dessa ação compreende a produção de *banners* em formato.PNG no site /www.canva.com, posteriormente divulgados via lista de e-mails de alunos, professores e servidores da UFC, na página de busca do Sistema Pergamum (catálogo *online* do acervo) e no Facebook.

O presente trabalho apresenta os resultados alcançados com essa ação no período de abril de 2015 a abril de 2016. Isso posto, o objetivo do trabalho é apresentar os resultados dessa comunicação visual adotada pela Biblioteca Universitária. Do objetivo geral, decorrem os seguintes objetivos específicos: avaliar a repercussão dessa ação no contexto acadêmico; descrever o engajamento dessa ação no contexto do Facebook.

A justificativa desse trabalho se dá pela necessidade de se entender a importância dessa ação para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Ceará e a contribuição real para a comunidade acadêmica.

2 Revisão de literatura

2.1 A biblioteca universitária no contexto acadêmico

O compromisso das universidades se renova a cada dia com a formação de profissionais cada vez mais qualificados, tornando-se imperativo, para as universidades, reformular sua forma de ensinar e de formar profissionais. As bibliotecas universitárias aparecem nesse contexto como disseminadoras da informação e promotoras da construção do conhecimento, oferecendo produtos e serviços otimizados à sua comunidade acadêmica, dando suporte informacional às atividades educacionais, científicas, tecnológicas e culturais.

As Bibliotecas da Universidade Federal do Ceará foram surgindo à medida que novas

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

unidades de ensino foram sendo incorporadas ou criadas. Atualmente, aos 60 anos de história da Universidade, o Sistema de Bibliotecas da UFC, coordenado pela Biblioteca Universitária, compreende 13 bibliotecas em Fortaleza e 5 no Interior do Estado, contando com um acervo de mais de 500.000 exemplares.

As Instituições de Ensino Superior (IES), notadamente as públicas, têm como baluarte as dimensões de Ensino, Pesquisa e Extensão. Estas dimensões por sua vez têm por sustentáculo essencialmente a produção de conhecimento, o qual irá alimentar os procedimentos nas universidades, sejam educacionais ou administrativos.

As bibliotecas por sua vez precisam dar suporte informacional a essa produção, com seus diversos serviços e produtos, os quais promoverão um uso adequado dos conteúdos (dados, informações e conhecimento por parte dos usuários), dispostos nas bibliotecas da universidade ou em qualquer outro suporte informacional.

A BU/UFC tem primado nos últimos anos pela construção de um cenário próprio para este fim, usando entre outros mecanismos, a comunicação visual, especialmente em sua página institucional na *Web*. Identificou-se portanto que seria necessário um refinamento e mais efetividade das muitas informações relativas aos seus produtos e serviços, constantes da sua página eletrônica, portanto, a partir desta constatação surge a ideia do “Você Sabia?”.

2.2 Comunicação Visual

É imperativo para a construção do embasamento teórico deste trabalho apresentar conceitualmente a temática “comunicação”, uma vez que por meio dela adotou-se uma estratégia visual para divulgar produtos, serviços e assuntos correlacionados com as ações que o Sistema de Bibliotecas da UFC desenvolve.

Valentim (c2014) apresenta os seguintes conceitos:

- **Comunicação:** sistema de troca de mensagens que envolva pelo menos um emissor e outro, receptor.
- **Comunicação sonora:** comunicação que acontece por meio de sons e requer a percepção auditiva para sua recepção.
- **Comunicação tátil:** aquela que se dá, principalmente, por meio de símbolos gráficos com texturas diferenciadas ou em relevo ou pela emissão de impulsos vibratórios e requer a percepção tátil para sua recepção.
- **Comunicação visual:** comunicação que se dá por meio de imagens e requer a percepção visual para sua recepção.

Nessa perspectiva, é importante ressaltar que tendo em vista que a comunicação visual baseia-se em sinais - imagens ou caracteres escritos e ainda que é por meio da combinação destes elementos visuais que se compõe a mensagem que se deseja comunicar, assim a escolha adequada de formatos, cores, fontes e texto certamente contribuirá de forma positiva para a compreensão da mensagem que se deseja transmitir, tornando mais fácil a compreensão por parte do usuário em relação ao conteúdo que está sendo informado.

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

Outro aspecto importante, com base em Munari (1997), no que diz respeito à comunicação visual: é possível entender conceitualmente, que praticamente tudo o que vemos seja uma flor, um pássaro, um cartaz, uma paisagem, seja ela qual for, dependendo do contexto em que estão inseridas, certamente transmitirão informações divergentes, contudo, entre as muitas mensagens que poderão transmitir, pelo menos duas distinções é possível identificar, ou seja, se foi intencional ou casual. No caso da BU, utilizamos a comunicação visual de forma totalmente intencional e tendo em mente os seguintes objetivos: **Direcionar** a informação aos pontos principais; **Instruir** sobre os procedimentos de uso de materiais, equipamentos etc.; **Normatizar** regulamentando o comportamento e uso de produtos e serviço das Biblioteca e por último **Alertando** quanto às questões importantes e relativas as responsabilidades, deveres e direitos dos usuários/público-alvo a quem a comunicação está sendo direcionada. (VALENTIM, c2014)

Valentim (c2014) também ressalta a importancia de se ter bem definidos os seguintes aspectos: o público-alvo, o tipo de ambiente onde a comunicação será realizada (empresas publicas, ou privadas etc), tipos de comunicação (interna ou externa), e no caso da biblioteca, utilizar o nome da biblioteca; a sigla do nome da biblioteca; ter uma imagem relacionada ao nome (marca) que deve ser claro e bem elaborado; além do fato de que a marca deve respeitar as cores e a marca da organização a qual a biblioteca está inserida, respeitando o tipo de organização e aparecer em todos os materiais utilizados na comunicação visual.

Isto posto, fica patente a necessidade de utilização de uma ferramenta gráfica adequada que torne possível adotar todas essas especificações e a partir daí criar as peças de comunicação visual a serem utilizadas na divulgação a ser feita. No caso da BU/UFC, optou-se pelo uso da ferramenta *online* chamada “Canva”, que será detalhada em um próximo tópico.

2.3 Práticas educomunicativas

Comunicar de forma expressiva, socializando o conhecimento a partir da construção de relacionamentos entre aqueles que emitem e os que se beneficiam das mensagens. Assim pode ser entendida a Educomunicação, que consiste em desenvolver práticas educativas utilizando os meios de comunicação, visando a criação e o fortalecimento das interações dos membros que compõem as comunidades educativas, o diálogo aberto e democrático e a capacidade de expressão das novas gerações (SOARES, 2002).

Segundo o Prof. Ismar de Oliveira Soares, da Escola de Comunicação e Artes (ECA/USP), estudioso desse novo campo transdisciplinar de estudos, a Educomunicação pode ser caracterizada da seguinte forma:

“Definimos, assim, a Educomunicação como o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, assim como a melhorar o coeficiente comunicativo das ações educativas, incluindo as relacionadas aos usos dos recursos da informação no processo de aprendizagem.” (SOARES, 2002, p. 24)

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

Soares (2002) afirma que, na concepção norte-americana, o campo da Educomunicação passa por duas vertentes de “intervenção sócio-político-cultural”: *mediações tecnológicas nos espaços educativos*, como necessidade de desenvolvimento das habilidades de uso adequado dos recursos de informação e comunicação por professores e estudantes, não só no processo de ensino-aprendizagem, mas como meio para sua manifestação. Trata-se da literacia ou competência informacional, entendida como o domínio do campo informacional, ou seja, a capacidade de processar, assimilar e fazer uso de informações - que no contexto contemporâneo são criadas e fluem rapidamente e em grande volume -, com autonomia e senso investigativo e crítico, gerando valor para si como indivíduo e cidadão e para a sociedade. A segunda vertente diz respeito à educação que se preocupa com os efeitos dos meios de comunicação sobre crianças e adolescentes.

Focalizando-se a primeira vertente, na nova cultura da informação na sociedade contemporânea, o pensamento crítico surge no bojo de um novo modelo educacional que busca privilegiar a construção do conhecimento, de acordo com Belluzzo (2004). O pensamento não crítico faz parte do contexto de uma educação mais tradicional, baseada sobretudo na transmissão de conhecimentos.

Desse modo, essa nova cultura é uma das experiências da sociedade contemporânea, constituindo-se em processo dinâmico, que possibilita: melhoria na capacidade intelectual; desenho e desenvolvimento dos meios e das formas de comunicação para a gestão do conhecimento; impulso na compreensão e no entendimento, não somente na socialização da informação, cuja finalidade é incrementar o repertório de conhecimentos e experiências das pessoas e das atividades humanas. (BELLUZZO, 2004, p. 30)

Na concepção de Sartori e Soares (2005), a Educomunicação abrange quatro áreas: “educação para a comunicação”, que se ocupa da leitura crítica dos meios de comunicação; “mediação tecnológica na educação”, abordando os impactos do uso das tecnologias da informação na comunicação; “gestão comunicativa”, voltada para a construção de relações que favoreçam a relação dos educadores com os pais e a comunidade, ao mesmo tempo em que enfoca o planejamento de ações que tornem o ambiente favorável ao desenvolvimento de projetos de uso das tecnologias e de educação para uso dos meios de comunicação; e “reflexão epistemológica”, que se refere às pesquisas acadêmicas sobre a inter-relação entre Educação e Comunicação na composição desse novo campo do saber.

Observa-se cada vez mais que o campo educacional abre-se a novas possibilidades de interação por meio das vias comunicacionais, com a utilização dos mais diversos recursos e mídias disponíveis, com destaque para os meios eletrônicos e novos recursos midiáticos, gerando mais possibilidades de interação entre as pessoas. Nesse contexto, compreende-se que o público atendido pode e deve atuar como criador e có-criador da informação e do conhecimento, não como mero “receptor de mensagens” e, por outro lado, os gestores da comunicação não devem se posicionar como simples transmissores do conhecimento e detentores da verdade, devm estar propensos ao diálogo. A educação, aliada à comunicação, nessa visão, fortalece seu poder transformador.

Nessa perspectiva, entende-se que no ambiente educacional é uma rica seara onde se pode estabelecer uma comunicação que seja instigante, criativa, expressiva e que fale a

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

linguagem dos educandos; na qual se pode buscar estabelecer diálogo e cooperação visando conhecer e abordar os interesses e demandas dos mesmos, a fim de propiciar a geração de conhecimentos, novas visões, experiências e a transformação das atitudes.

2.4 Ferramentas de design gráfico

Dentre as ferramentas de design gráfico existentes, como citado mencionado acima, utilizamos o “Canva”, uma solução integrada e simplificada que não exige conhecimentos aprofundados e complexos de softwares de design, tais como o Photoshop e CorelDRAW.

O Canva é uma ferramenta *online* gratuita de design gráfico, criada pelos empresários Melanie Perkins e Cliff Obrecht, tratando-se de uma *startup* australiana, que possibilita a criação de *layouts* profissionais sem o conhecimento técnico necessário para criação de design. O modelo utilizado no Canva é conhecido como *freemium*, muito popular em serviços na internet, onde o uso do serviço é gratuito, porém, existem algumas funcionalidades que são pagas.

A plataforma do Canva é *online*, o que facilita o acesso em qualquer local, desde que conectado à Internet. Por meio do Canva, é possível acessar centenas de elementos e fontes gratuitos, o que amplia o universo de possibilidades na criação dos modelos de design, ou, selecionar, a partir da biblioteca do Canva, mais de 1 milhão de fotos e figuras premium no valor de US\$1. Na elaboração dos *banners* da BU/UFC, todas as imagens e recursos gráficos utilizados foram gratuitos.

Outro detalhe que merece destaque é o fato de o Canva.com disponibilizar alguns *templates* prontos, como sugestão e com possibilidade de adaptação, grande parte desses *templates* são focados em diversas redes sociais, tais como Facebook, Twitter, Instagram, Google+ e Pinterest. Sendo eles: Facebook Covers; Kindle Covers; Social Media; Pinterest; Blog Graphs; Flyers; Apresentações; Convites; Cartões de Visita e Pôsters.

Além da possibilidade de criar conteúdos com medidas personalizadas, usando o “Use custom dimensions”. Com os formatos pré-definidos citados, facilitou o trabalho de criação dos *banners*, uma vez que não foi preciso pesquisar os tamanhos a serem utilizados. Vários destes recursos também são editáveis, dependendo do caso. Isto acontece com *frames*, balões de diálogo, estampas e botões, por exemplo. A simplicidade no uso da ferramenta foi a grande vantagem no uso do mesmo, bastando para isso um simples cadastro informando o e-mail e uma senha, ou então, realizar login através das redes sociais. O acesso gratuito e *online* está disponível em: <http://www.canva.com/>.

3 Materiais e métodos

Com a expectativa de criar uma nova forma de comunicação para interagir com a comunidade universitária, em abril de 2015, os serviços, produtos e temas diversos pertinentes ao funcionamento da BU/UFC passaram a ser divulgados semanalmente em formato de *banner* digital.

O trabalho é de natureza descritiva, relata a experiência vivida na BU/UFC com o uso

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

da comunicação visual, assim como é de natureza exploratória, à medida em que utiliza as métricas disponibilizadas no *Facebook Insight* para analisar e quantificar o engajamento dessa ação junto à comunidade universitária. O período de cobertura da pesquisa é de abril de 2015 a abril de 2016.

O estudo em pauta descreve a utilização da ferramenta online “CANVA” para criação do design da comunicação visual do Sistema de Bibliotecas da UFC, em uma de suas opções que é o “Facebook Post”, produzindo peças de divulgação no tamanho 940px X 780px no formato “.png”. A produção em alta resolução e com diversificação de opções gráficas valorizou e dinamizou a forma de comunicação com a comunidade universitária.

A princípio foi elaborada uma lista com os assuntos a serem divulgados, sendo eles: funcionamento da Biblioteca de Humanidades e da Biblioteca de Ciências e Tecnologia aos sábados; catalogação na publicação; Guia de Normalização da UFC; treinamentos; renovação on line; recebimento de TCC, teses e dissertações em formato eletrônico; Missão da BU; Repositório Institucional; Visão da BU; Valores da BU; Normas ABNT; Libras; Uso do sistema Pergamum por meio dos dispositivos móveis (*tablets e smartphones*); Ficha catalográfica; Como acessar o Portal da Capes - acesso fora da universidade para a comunidade acadêmica; Empréstimo - Quantidade de livros e prazo para devolução; Nada consta; Cuidados com os Livros. Definidos os assuntos iniciais, o passo seguinte foi planejar o modelo a ser utilizado na divulgação; posteriormente outros assuntos foram sendo acrescentados, baseados na retroalimentação envolvida nos processos de comunicação estabelecidos.

Em um segundo momento, foi definida a denominação dessa ação, sendo indicado o título “Você Sabia?”, onde cada *banner* iniciava com essa chamada. Em seguida, era exposta uma imagem que expressasse de forma direta o assunto abordado e finalizado com uma frase interrogativa. A ideia com essa estrutura era simular uma conversa entre Sistema de Bibliotecas e a comunidade, a partir das vivências do atendimento cotidiano aos usuários.

A criação dos banners foi de responsabilidade da equipe de bibliotecários da Divisão de Coordenação de Bibliotecas da UFC, aproveitando as habilidades midiáticas de um membro da equipe. À medida que os modelos eram criados, foram compartilhados com toda a equipe e selecionados por meio de votação. Após definição do modelo escolhido, eram divulgados para a comunidade acadêmica via lista de e-mails de alunos, professores e servidores da universidade, na página de busca do Sistema Pergamum (na opção catálogo *online*) e no Facebook.

Seguindo o objetivo da pesquisa, que é avaliar a repercussão dessa ação dentro do contexto acadêmico, utilizamos como amostra os 37 banners criados no período de cobertura desse estudo, sendo elas ilustradas nas Figuras 1 e 2 abaixo.

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

Figura 1 – Compilação “Você Sabia” 1



Figura 2 – Compilação “Você Sabia” 2



Na análise exploratória, foi realizado um levantamento das métricas no *Facebook Insights* para os 37 banners publicados, dado disponível apenas para *fan pages*. Foi possível identificar, dentre outras métricas, a quantidade de curtidas, compartilhamentos e comentários dentro da página a partir dos compartilhamentos. Para esse estudo, apenas serão consideradas essas métricas, conforme ilustrado na Figura 3.

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

Figura 3 – Gerenciador de anúncios - Publicações do Facebook



Fonte: *Fan Page* da Biblioteca Universitária no Facebook

4 Resultados parciais/finais

O Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Ceará (UFC), ao longo dos anos, vem implementando novos serviços e produtos que reforçam cada vez mais a comunicação com a comunidade acadêmica, seja por meios de serviços presenciais ou, mais recentemente, por meio da utilização das tecnologias disponíveis pela Web 2.0, sempre buscando potencializar a democratização da informação. Dessa forma, está presente nas redes sociais por meio do *Twitter*, *Facebook* e *Blog*.

A presença dessas bibliotecas do sistema nas referidas redes, torna o contato com sua comunidade usuária mais dinâmico e proporciona maior divulgação e visibilidade aos seus produtos e serviços.

Nesse mesmo sentido, Aguiar (2012) corrobora quando afirma que a Web 2.0 é uma “nova geração de ferramentas na Internet que possibilitam a comunicação, a socialização, a interação, a colaboração, a participação, a criação e o compartilhamentos de conteúdos”, o que levou a estar presente de forma intensiva na vida e no cotidiano das pessoas. Dentro dessa perspectiva, justifica-se cada vez mais a utilização das ferramentas da *Web 2.0* pelas Bibliotecas Universitárias, à medida que facilitam a relação biblioteca x usuário. Aguiar (2012) destaca ainda que, dentre as ferramentas oferecidas na *Web 2.0*, a rede social é a que melhor pode ser aproveitada pelas bibliotecas universitárias, “por sua popularidade entre usuários e suas características”.

Essa nova interface que propicia o dialogo inovador, que amplia a capacidade de compartilhamento e interlocuções, que provoca uma atitude autônoma, criativa e criadora por meio do uso da inteligência coletiva, ganha cada vez mais adeptos, pois permite cada vez mais

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

o engajamento e participação de usuários da Internet.

A iniciativa visava também a ampliação do número de perguntas direcionadas ao sistema, abrindo espaço para o Serviço de Referência Virtual, funcionando ainda que informalmente via Facebook e e-mail, mobilizando uma equipe de bibliotecários dispostos a dialogar com os usuários, não só fornecendo respostas pontuais, mas na perspectiva de ampliar a sua visão do potencial dos recursos disponibilizados pela biblioteca para favorecer a construção do seu conhecimento acadêmico.

Ao fazer levantamento das métricas no *Facebook Insight* observou-se o impacto e repercussão de todas os 37 banners publicados dentro do *Facebook*, conforme ilustrado no Quadro 1 abaixo:

Quadro 1 – Levantamento das métricas das 37 publicações no *Facebook Insight*

Pessoas Alcançadas	Curtidas	Compartilhamentos	Comentários
90.868	845	643	50

O levantamento das métricas mostrou resultados satisfatórios, a grande visibilidade das postagens validou a ideia inicial quando apostamos na popularização das redes sociais para divulgação dos banners produzidos pelo Sistema de Bibliotecas.

Os comentários deixados nas postagens registram de forma espontânea a satisfação do usuário em relação ao novo serviço, um deles afirmou: "Show de bola esse novo layout". Satisfação essa compartilhada para outros colegas, por meio das inúmeras marcações feitas nas postagens que levou a outros usuários também tomarem conhecimento do assunto abordado em cada banner.

Observou-se ainda que o banner que apresentou maior engajamento, curiosamente, abordou um assunto que a princípio parecia de conhecimento de todos, ou seja, que as bibliotecas do sistema estão disponíveis para consulta local para o público em geral, conforme ilustrado anteriormente na Figura 3, resultando em 70.401 pessoas alcançadas, 435 curtidas, 525 compartilhamentos e 34 comentários. Esse assunto entrou em pauta em virtude de uma série de telefonemas recebidos pelo sistema. Dentre os comentários manifestados podemos citar: "Tô pra ir todo dia"; "Ai que tudo! Todos merecem mesmo!" ; "Eu pelo menos não sabia que podia" ; "Muito massa" ; "Quando é mesmo que vamos? Agora?" ; "Vou quase me sentir uma estudante lá". Além do feedback na rede social, podemos citar um e-mail recebido de uma docente da UFC: “ Parabéns aos colegas, por mais essa ação. Sucessos mais”.

É tudo muito significativo. O alto número de pessoas alcançadas com a ação, a quantidade de curtidas, o elevado número de compartilhamentos, os comentários registrados pelos usuários na *Fan Page*.

5 Considerações parciais/finais

Na ação “Você Sabia?” utiliza-se a imagem como meio de facilitar o entendimento da mensagem, buscando provocar o interesse do público beneficiário e atrair novos públicos. O conteúdo textual da comunicação, elaborado na forma interrogativa, reforça a intenção de estabelecer uma ligação com os usuários, de forma a instigá-los à análise e reflexão sobre os benefícios do uso da informação veiculada, e ao mesmo tempo, abrindo espaço para a manifestação de suas opiniões. Ampliam-se assim as possibilidades do usuário esclarecer dúvidas e ampliar suas informações sobre os serviços e produtos oferecidos pela biblioteca utilizando as mídias que estão presentes de forma marcante no seu cotidiano, como é o caso do Facebook.

O principal motivador da inserção deste novo serviço ao usuário foi a constatação de que era necessário encontrar um mecanismo dinâmico e eficiente de informar e suscitar no usuário o interesse e uso dos produtos e serviços da biblioteca e o quanto estes poderiam agregar valor a sua vida acadêmica e conseqüentemente seu ensino e sua aprendizagem, resultando em bom desempenho e produção acadêmica satisfatória. Os resultados da pesquisa demonstram claramente que agora o usuário foi encontrado pela biblioteca e ele está alinhado com o potencial informacional (serviços e produtos) que a biblioteca oferece, notadamente potencializando a sua vida acadêmica e levando-o a um uso exitoso das possibilidades informacionais ao seu alcance.

Assim, consideram-se profícuos e animadores os resultados obtidos com a inserção no cotidiano da biblioteca de uma ação comunicativa com apelo visual que visa a instruir e alertar sobre os produtos e serviços disponibilizados pela biblioteca, mas ao mesmo tempo provocar reações, e que consegue impactar um grande número de pessoas por meio das mídias digitais, fortalecendo a imagem e os elos da biblioteca com a comunidade acadêmica. O bom resultado se reflete nas interações e compartilhamentos que demonstram o interesse gerado pelos conteúdos publicados e avaliados pelos usuários, que realimentam o processo com novas informações e demandas baseadas em suas questões e interesses.

Quanto à atuação do bibliotecário, aos papéis já tradicionais de intermediário e mediador da informação, como sabemos, está sendo exigida a incorporação de novas posturas, o que significa assumir responsabilidades mais complexas, em função das transformações na sociedade dinâmica na qual estamos inseridos. Assim, novas competências são requeridas, tais como a gestão comunicacional, cujo exercício buscou-se exercitar com a concepção e implementação do “Você Sabia?”.

XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias

BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COMO AGENTE DE SUSTENTABILIDADE INSTITUCIONAL

6 Referências

AGUIAR, Giseli Adornato de. **Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP**. 2012. 184f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2012. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-03122012-160409/pt-br.php>> . Acesso em: 19 abr. 2016.

BELLUZZO, Regina Célia Baptista. Formação contínua de professores do ensino fundamental sob a ótica do desenvolvimento da information literacy, competência indispensável ao acesso à informação e geração do conhecimento. **Transinformação**, Campinas, v. 16, n. 1, p. 17-32, abr. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-37862004000100002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 14 abr. 2016.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

SARTORI, Ademilde S.; SOARES, Maria S. P. Concepção dialógica e as NTICs: a educomunicação e os sistemas educacionais. *In: COLOQUIO INTERNACIONAL PAULO FREIRE*, 5., 2005, Recife. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/86.pdf>. Acesso em: 05 jul. 2016.

SOARES, Ismar de Oliveira. Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. **Comunicação & Educação**, Brasil, n. 23, p. 16-25, abr. 2002. ISSN 0104-6829. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37012/39734>>. Acesso em: 18 abr. 2016.

VALENTIN, Marta. **Comunicação visual em bibliotecas**. Marília: Unesp, c2014. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/11738480-Comunicacao-visual-em-bibliotecas.html>>. Acesso em: 15 mar. 2016.