



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

MANOEL MESSIAS SOARES GERMANO JÚNIOR

**A CONTRIBUIÇÃO DAS REDES SOCIAIS PARA A DIVULGAÇÃO DOS
SERVIÇOS E PRODUTOS NAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: O CASO
DA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC**

FORTALEZA - CE

2017

MANOEL MESSIAS SOARES GERMANO JÚNIOR

**A CONTRIBUIÇÃO DAS REDES SOCIAIS PARA A DIVULGAÇÃO DOS
SERVIÇOS E PRODUTOS NAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: O CASO
DA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC**

Monografia submetida à coordenação do curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Ceará, como pressuposto parcial para obtenção de Grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof^a. M^a. Maria Aurea Montenegro Albuquerque Guerra.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- G323c Germano Júnior, Manoel Messias Soares.
A contribuição das Redes Sociais para a divulgação dos serviços e produtos nas Bibliotecas Universitárias: o caso da Biblioteca de Ciências Humanas da UFC / Manoel Messias Soares Germano Júnior. – 2017.
69 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Curso de Biblioteconomia, Fortaleza, 2017.
Orientação: Profa. Ma. Maria Aurea Montenegro Albuquerque Guerra.
1. Biblioteca Universitária. 2. Redes Sociais. 3. Biblioteca de Ciências Humanas - UFC.
I.Título.

CDD 027.7

MANOEL MESSIAS SOARES GERMANO JÚNIOR

**A CONTRIBUIÇÃO DAS REDES SOCIAIS PARA A DIVULGAÇÃO DOS
SERVIÇOS E PRODUTOS NAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: O CASO
DA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC**

Monografia apresentada ao Curso de
Biblioteconomia da Universidade Federal do
Ceará, como requisito parcial à obtenção do
título de Bacharel em Biblioteconomia.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Ma. Maria Aurea Montenegro Albuquerque Guerra. (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Gabriela Belmont de Farias (membro)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

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

Prof. Me. Arnaldo Nunes da Silva (suplente)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

São tantos, e tantos especiais...

À DEUS.

A Prof.^a. M^a. Maria Aurea Montenegro Albuquerque Guerra, pela excelente orientação e por todo apoio.

A Thaiana Barros, minha companheira, minha amada, pelas críticas construtivas e por está sempre ao meu lado e ter me apoiado em todas as dificuldades.

Aos demais amigos e colegas de Biblioteconomia de outras universidades pelas reflexões, críticas, parcerias e sugestões recebidas ao longo da graduação. Em especial à Claudia Souza, da UNIRIO, e Debora Reis, da UFMG, colegas de produção científica.

Aos bibliotecários, Juliana Lima e Edvander Pires, da Biblioteca de Ciências Humanas da UFC que auxiliaram e contribuíram para que esta pesquisa se concretizasse com indicações de bibliografias e dicas.

Aos demais professores do curso de Biblioteconomia da UFC

Aos meus professores do Ensino Fundamental e Médio, pois sem o auxílio deles não teria ingressado na UFC.

Quero agradecer também aos funcionários da manutenção e limpeza do Bloco Reitor Ícaro de Sousa Moreira, onde fica localizado o Departamento de Ciências da Informação. Em especial ao Cícero e a Dona Cristina.

Aos funcionários do Restaurante Universitário, em especial ao Joaquim.

E um agradecimento especial *In Memoriam* da bibliotecária e antiga diretora da Biblioteca Pública Municipal Dolor Barreira, Dona Herbênia Gurgel. Exemplo de profissional bibliotecária que infelizmente nos deixou.

Muito obrigado por tudo!

“Um dia veio à peste e acabou com toda a vida na face da Terra. Em compensação ficaram as Bibliotecas. E nelas estava meticulosamente escrito o nome de todas as coisas!”

(Mário Quintana)

RESUMO

O trabalho tem como objetivo entender a contribuição das redes sociais da *Web* na divulgação dos serviços e produtos da Biblioteca de Ciências Humanas da UFC. A pesquisa é de abordagem qualitativa e quanto aos objetivos é exploratória e descritiva. Quanto aos procedimentos foi adotada a pesquisa bibliográfica, documental e estudo de caso e para a coleta de dados, foi utilizado questionário semiestruturado. A interpretação dos dados foi feita a partir da técnica de análise de conteúdo. Os resultados obtidos revelam que a divulgação dos produtos e serviços realizada nas redes sociais da biblioteca é insatisfatória, revela ainda a importância da utilização de outros canais informacionais na divulgação de produtos e serviços. Conclui-se, portanto, que as bibliotecas universitárias, mesmo contando com a potencialidade e o alcance das redes sociais, percebe-se que as mesmas ainda necessitam de estratégias comunicacionais convencionais.

Palavras-chave: Biblioteca Universitária. Redes Sociais. Biblioteca de Ciências Humanas da UFC.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to understand the contribution of the social networks of the Web in the dissemination of the services and products of the Human Sciences Library of the UFC. The research is of qualitative approach and the objectives are exploratory and descriptive. According to the data collection procedures, a bibliographical, documentary and case study research was used, and for data collection, a semi-structured questionnaire was used. The interpretation of the data was made from the technique of content analysis. The results show that the dissemination of the products and services carried out on the social networks of the library is unsatisfactory, it also reveals the importance of using other information channels in the dissemination of products and services. It is concluded, therefore, that university libraries, even counting on the potentiality and reach of social networks, realize that they still need conventional communication strategies.

Keywords: University Library. Social networks. UFC Human Sciences Library.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: O conhecimento dos usuários sobre as redes sociais da BCH.	30
Gráfico 2: As redes sociais da BCH que os usuários utilizam.	31
Gráfico 3: Avaliação da divulgação dos produtos e serviços da BCH nas redes sociais...32	

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Infraestrutura, produtos e serviços da BCH.....	26
Quadro 2 - A razão que respondente considera insatisfatório a divulgação da biblioteca nas redes sociais.	32
Quadro 3 - Uso dos produtos e serviços da BCH que foram motivados pela divulgação nas redes sociais e quais.....	33
Quadro 4 - Levantamento de como a BCH poderia melhorar a divulgação dos seus produtos e serviços nas redes sociais com base a opinião dos respondentes.	34

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Problemática	14
1.2 Justificativa	14
1.3 Objetivo Geral	15
1.4 Objetivos específicos	15
2 CAMINHO DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA	16
3 REDES SOCIAIS E A BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA: o caso da biblioteca de Ciências Humanas/UFC	20
4 METODOLOGIA	24
4.1 Apresentação do caso estudado	25
5 INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	30
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS	38
APÊNDICE A – FORMULÁRIO DO QUESTIONÁRIO APLICADO	41
ANEXO A – PAGE DA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC NO FACEBOOK	42
ANEXO B – PAGE DA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC NO PINTEREST	43
ANEXO C – PAGE DA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC NO TWITTER	44
ANEXO D - DIRETRIZES PARA UTILIZAÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS PELO SISTEMA DE BIBLIOTECAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ	45
ANEXO E – DIVULGAÇÃO DO SERVIÇO DE TREINAMENTO MENDELEY NO FACEBOOK	62
ANEXO F – DIVULGAÇÃO DOS EVENTOS PROMOVIDOS PELA BCH E SISTEMA DE BIBLIOTECAS NO PINTEREST	63
ANEXO G – SERVIÇO DE DICAS DE COMO SE INSCREVER E CONSULTAR AS NORMAS DA ABNT DIVULGADO ATRAVÉS DO TWITTER	64

1 INTRODUÇÃO

A biblioteca universitária, também conhecida como biblioteca acadêmica, é um tipo de biblioteca ligada a uma instituição de ensino superior. Ela é uma ferramenta fundamental na formação acadêmica dos universitários. Por isso, se faz necessário que ela esteja firme em seus objetivos educacionais, e sociais, tendo em vista o reconhecimento de sua participação ativa na formação profissional do aluno.

Prado (2003) discorre acerca da dimensão educacional da biblioteca universitária

A biblioteca universitária nada mais é que uma universidade em si mesma. As universidades são centros transmissores do saber, **através do ensino e dos livros**. Temos a palavra falada e a palavra escrita a serviço da cultura. Desde os mais remotos tempos a universidade e a biblioteca, trabalhando na mais íntima reciprocidade, têm desempenhado a importantíssima função de preservar e disseminar o conhecimento. Desde os tijolos da Babilônia e os rolos de papiro da Biblioteca de Alexandria aos rolos de microfilme de nossos dias, vemos uma longa estrada de trabalho, esforço e pesquisa. (PRADO, 2003, p. 13).

No que diz respeito à dimensão social das bibliotecas, Amaro (2013, p.6) nos alerta de que esta “é definida pela forma como as relações interpessoais acontecem no uso do seu espaço físico e também, no diálogo que ela realiza com as comunidades do entorno”. Portanto, se faz necessário uma comunicação eficiente entre a biblioteca e a(s) comunidade(s) em seu entorno.

As comunicações das bibliotecas tradicionalmente ocorreram de forma presencial ou impressa. No caso das bibliotecas universitárias era, e ainda são utilizadas ferramentas de comunicação analógicas e digitais, hoje consideradas “datadas” como boletins e jornais impressos ligados a universidade e da própria biblioteca, cartazes, folders, contato telefônico, email e também face a face com os usuários. Com o advento das redes sociais na *Web*, as organizações que se apropriaram dessas novas ferramentas se aproximaram ainda mais com o seu público e com as bibliotecas universitárias que aderiram o uso dessas ferramentas não foi diferente.

Segundo Anjos (2016)

Essas novas ferramentas sociais se consolidaram como alternativas aos meios de comunicação tradicionais (TV, rádio, revistas, jornais, etc.) e seu público, e vêm oferecendo a possibilidade de dar um toque mais humano a essas mídias tradicionais. Neste cenário de mudanças, os bibliotecários passaram a reconhecer o universo 2.0 como suporte para auxiliar as Bibliotecas Universitárias (BUs) na aproximação com sua comunidade. (ANJOS, 2016, p.10-11)

Conforme Aguiar (2012), as redes sociais são bem anteriores ao advento da internet e da *Web* (termo em inglês que significa teia ou rede), são ambientes sociais que sempre fizeram parte da realidade humana, onde tivesse um grupo interligado por alguma relação em comum, podia considerar que ali havia uma rede social. Deste modo, uma reunião de amigos, agrupamentos de pessoas por motivos religiosos ou solenes podem ser considerados como exemplos de redes sociais.

A principal característica das redes sociais é o agrupamento de pessoas em algum local em função de algo em comum. Com surgimento das primeiras redes sociais na *Web*, ainda nos rudimentares fóruns e listas de discussões *online*, essa característica de reunião de pessoas em algo em comum migrou para o ambiente digital.

Diz Aguiar (2012) que

As redes sociais (tanto on-line quanto off-line) são, portanto, agrupamentos de pessoas que se relacionam de forma horizontal por meio de uma estrutura em rede. No interior desses grupos se compartilha interesses mútuos, amizades ou valores em comum. Nas redes sociais on-line as relações se dão por meio das ferramentas de redes sociais. (AGUIAR, 2012, p.53)

As atuais redes sociais virtuais como o *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp* e dentre outras, permitem uma interatividade entre pessoas e instituições das quais participam quase de forma instantânea e “onipresente”. Assim, a utilização das redes sociais na *Web*, pelas bibliotecas universitárias para divulgação de produtos e serviços informacionais se dá devido ao poder de abrangência comunicacional que essas ferramentas permitem em face às outras ferramentas comunicacionais analógicas e digitais anteriores.

Anjos (2016) nos esclarece que

[...] estes recursos sociais abrem oportunidade para promover as atividades da biblioteca no próprio ambiente dos usuários. Tendo potencial para se tornar a maneira mais eficaz de comunicação e/ou interação da biblioteca com o usuário. Ampliando o horário de atendimento, inclusive para fora do horário de atendimento da biblioteca, estendendo este horário para as 24 horas do dia. A esfera social proporciona a junção entre o ambiente físico e digital/virtual e também o desenvolvimento de serviços personalizados ou de orientação especializada. (ANJOS, 2016, p.16)

Desse modo através das redes sociais na *Web*, os usuários estão em constante contato com as bibliotecas. Este fato resulta também se deve à revolução tecnológica com a utilização de *tablets* e *smartphones*, coloca o mundo nas mãos do usuário. As consequências dessa revolução resultam numa maior divulgação na oferta de produtos e serviços das bibliotecas universitárias no ambiente virtual para com os seus usuários. O usuário tem a possibilidade de

ser mais participativo no processo de comunicação.

Neste contexto as redes sociais criaram uma nova forma de exploração das dinâmicas de comunicação/interação entre as bibliotecas universitárias e os seus usuários, a linguagem nas redes sociais é mais pessoal e interativo do que qualquer outro meio, no entanto necessário ter atenção de que estas novas ferramentas emergem a cada dia com diferentes níveis de complexidade, o que pode comprometer o entendimento e a usabilidade pelo usuário desse importante canal de comunicação.

1.1 Problemática

O modo de comunicação entre a instituição (biblioteca universitária) e seus usuários, quando ainda não havia o *boom* tecnológico e informacional (redes sociais), sempre ocorreu de forma presencial, e em alguns momentos por via telefônica e/ou *email*, ocasionando certa limitação nas informações transmitidas. Com advento das redes sociais na *Web* onde a comunicação instantânea é uma realidade, as bibliotecas universitárias se apropriaram dessas ferramentas com o objetivo de divulgarem seus produtos e serviços para seu público alvo. Tal estratégia, intencionalmente, minimiza as limitações informacionais ocasionadas por ferramentas anteriores.

Entretanto, os benefícios das redes sociais no contexto acadêmico necessitam de um acompanhamento por parte dos gerenciadores dessa ferramenta, tendo em vista a dinamicidade das informações disponibilizadas. A partir dessas indagações, trazemos como questão central para esta pesquisa: **Qual a contribuição das redes sociais na divulgação dos produtos e serviços da Biblioteca de Ciências Humanas da UFC?**

1.2 Justificativa

A temática das redes sociais na *Web* sempre despertou uma curiosidade genuína, para poder entender sua real importância no que tange a comunicação da informação. Especificamente, a escolha por trabalhar essa temática se deu por considerar a referida instituição (bibliotecas universitárias) como importante na dimensão do ensino e, por consequência, na divulgação e comunicação do conhecimento para a sociedade.

Outro fato que influenciou na escolha deve-se ao fato de estar cursando Biblioteconomia, em que tive a oportunidade de conhecer os produtos e serviços da biblioteca universitária através das mídias sociais. Arelado a esse contexto, também há o fato de que estagiei durante a minha graduação em duas bibliotecas universitárias distintas e pude vivenciar em tempo real as possibilidades das mídias sociais na biblioteca.

Pretende-se através dos resultados obtidos do presente trabalho, que os mesmos sejam úteis para a comunidade acadêmica das BUs, no que diz respeito a coleta de informação para a construção de políticas comunicacionais.

1.3 Objetivo Geral

Analisar a contribuição das ferramentas de redes sociais da Web na divulgação dos serviços e produtos da Biblioteca de Ciências Humanas da UFC. Baseada na visão dos discentes de um curso de graduação.

1.4 Objetivos específicos

(01) Relacionar biblioteca universitária e redes sociais.

(02) Mapear quais produtos e serviços que são oferecidos nas redes sociais pela Biblioteca de Ciências Humanas da UFC.

(03) Verificar a divulgação dos produtos e serviços nas redes sociais pela Biblioteca de Ciências Humanas da UFC.

2 CAMINHO DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA

Iniciamos este capítulo abordando o entendimento do surgimento, evolução e revolução das bibliotecas universitárias e sua relação com o uso das redes sociais. A abordagem recai principalmente na compreensão das redes sociais como importante ferramenta de divulgação dos produtos e serviços nas BU's.

Lück (2011) conceitua BU como sendo a

[...] instância que possibilita à universidade atender às necessidades de um grupo social ou da sociedade em geral, através da administração do seu patrimônio informacional e do exercício de uma função educativa, ao orientar os usuários na utilização da informação. É possível, então, partir da premissa que universidades e bibliotecas são agências sociais organizadas com a missão de servir a sociedade enquanto instâncias criadoras e propulsoras do conhecimento, estimuladoras e facilitadoras do acesso a este conhecimento. (LÜCK ,2011, p. 2)

A BU deve ser o lugar de apoio, facilitação e fomentação do conhecimento (acadêmico) na universidade e deve ser o local onde as atividades de estudo, pesquisa e extensão possam encontrar uma das principais matérias-primas para a construção do saber acadêmico: a informação. Sem a informação, o desenvolvimento dessas atividades fica estagnado.

Não há como falar sobre a história das BUs sem falar da história das bibliotecas no contexto geral. Ao longo dos anos, as bibliotecas desempenham o papel de intermediadoras da informação, e nesses ambientes de informação obtinham a posse do conhecimento. Com a popularização da internet, a biblioteca passou a ser porta de acesso ao conhecimento. Na história das bibliotecas sabe-se que

É verificável a existência de bibliotecas desde a Antiguidade, ou seja, desde a invenção da escrita. A necessidade de registrar conhecimentos e informação, por parte dos povos antigos, levou-os a montar arquivos antes mesmo da produção dos seus registros. Esse objetivo mudou no decorrer da sua evolução; as mudanças técnicas, como o uso do papel e a invenção da imprensa, tornaram a biblioteca mais acessível e seu caráter passou de instituição fechada e particular para leiga e pública. (SANTOS, 2012, p. 187).

Na Antiguidade, a biblioteca tinha o papel de guardar não apenas as informações nos suportes existentes na época, mas também tudo o que era valioso para uma sociedade, ou seja, nunca seguiu a sua função etimológica, isto é, de “depósito de livros”, embora servisse principalmente de local para aprisionar os livros, tendo em vista que poucos eram os usuários permitidos a acessar os conteúdos. Aliás, a arquitetura dessas bibliotecas não eram favoráveis ao acesso como explica Martins (1996, p. 72) “na grande biblioteca de Nínive, o depósito de

livros não tem saída para o exterior – a sua única porta parece dar, ao contrário, para o interior do edifício, para o lugar onde viviam ou onde permaneciam os grandes sacerdotes”.

A mais importante e conhecida biblioteca na antiguidade, e já com algumas características das atuais BUs, foi à Biblioteca de Alexandria construída no século III a.c., por Ptolomeu Soter, na cidade de Alexandria, no Egito. Segundo Thompson (1979) e Martins (1996), seu acervo era composto por manuscritos em pergaminhos ou folhas de papiro, e segundo registros históricos, tinha um número expressivo de obras, em torno a setecentos mil volumes. Os guardiões do acervo da Biblioteca de Alexandria podem ser considerados como percussores do ofício de bibliotecário, como também das profissões de arquivista e museólogo, pois além do acervo de livros a biblioteca continha documentos arquivísticos e um museu. (THOMPSON, 1979).

Afirma Lankes (2016) que a Biblioteca de Alexandria

[...] se assemelhava muito mais às universidades atuais, com vários edifícios no local. Um dos primeiros era um templo dedicado às musas chama de “Musae” – é daí que vem a palavra “museu”. O prédio principal serviu tanto como dormitório quanto como depósito. Estudiosos do mundo conhecido foram reunidos e estimulados a conversar e criar. Foi, de fato, uma das primeiras usinas de ideias e dos primeiros centros de inovação da história. O bibliotecário era um dos conselheiros mais próximos dos dirigentes da cidade-estado. (LANKES, 2016, p. 56-57).

Seguindo a biblioteca de Alexandria, ainda segundo Thompson (1979) e Martins (1996), muitas outras bibliotecas surgiram, como por exemplo de Pérgamo, na atual Turquia, e de Nínive, na Mesopotâmia, que foram importantes bibliotecas para a história da humanidade.

No início da Idade Média, segundo Ferreira (2016), seu acervo não passou por grandes mudanças, na verdade, as bibliotecas medievais são prolongamentos das bibliotecas antigas em que a biblioteca quase teve o seu fim, pois além da escassez de recursos para mantê-las ainda havia pouco interesse devido ao difícil acesso dos livros.

Contudo, Battles (2002) rebate essa afirmação de Ferreira, pois, relata que o fortalecimento da instituição biblioteca é acentuado com o surgimento das bibliotecas de mosteiros e com a atividade dos monges copistas que, na Alta Idade Média, ganham notoriedade, pois nesses locais foram conservados os manuscritos que sobreviveram à destruição, causada pelas inúmeras guerras, durante a queda do Império Romano Ocidental.

O surgimento das BUs deu-se na Europa, no fim do século XIII, na Baixa Idade Média, juntamente com a formação das universidades. Elas tinham a missão de atender as necessidades informacionais da comunidade acadêmica e de instituições que estavam

inseridas nesse contexto. Os acervos das BUs cresceram através de doações realizadas por reis, aristocratas, autoridades religiosas, professores e alunos das próprias universidades. (CARVALHO, 2004). Como exemplo de BUs daquela época, Santos (2012) cita, como exemplos, a Biblioteca Jurídica de Orléans, a Biblioteca Médica de Paris, a Biblioteca de Oxford (fundada em 1334, na Inglaterra) e a de Cambridge (fundada em 1444).

Na Idade Moderna, durante o período das Grandes Navegações, em 1617, ocorre à primeira tentativa de fundação de uma universidade e por consequência de uma BU na América, atual Estados Unidos, que na época era colônia do Reino Unido. O Rei James I se dirigiu o clero da Inglaterra para arrecadar fundos para a criação de uma universidade missionária em Henrico Parish, na Virgínia. Em 1623, a universidade foi atacada por indígenas, encerrando suas atividades em 1624. Já em outubro de 1636, houve uma nova tentativa em Cambridge, Massachusetts. Deste modo, surgiu a Universidade de Harvard e a primeira biblioteca universitária a prosperar na América Inglesa. (ZUBATSKY, 1979).

Na América Portuguesa (Brasil), a fundação de universidades, e de bibliotecas universitárias foi um evento muito tardio diferente do que ocorreu nas colônias americanas espanholas e inglesas. Segundo Cunha (2000), diferentemente da Espanha, Portugal proibiu a fundação de universidades em sua colônia americana. Só eram permitidas escolas jesuítas, que ofereciam cursos superiores de Filosofia e Teologia. Desse modo, as primeiras bibliotecas de cunho acadêmico surgem no Brasil Colônia em 1550.

No início da Idade Contemporânea, período marcado pela Revolução Francesa, um marco importante foi a reabertura da universidade de Paris, ocorrida em 1770, após a expulsão dos jesuítas. Seu acervo foi enriquecido devido às inúmeras obras confiscadas durante o período revolucionário e passou a ser chamada de Biblioteca da Universidade de França em 1808. (CARVALHO; NUNES, 2016).

A primeira universidade criada no Brasil, ocorre no período republicano, e de uma biblioteca universitária *de jure*¹ no país, foi em Manaus, no estado do Amazonas, em 1909. Mas o esgotamento da prosperidade econômica na região levou ao fim da instituição. A política de desoficialização do ensino, pretendida pela Reforma Rivadávia Corrêa², abriu caminho para a criação de outras duas universidades: Universidade de São Paulo em 1911 e a

¹ *De jure* (em latim clássico de iure) é uma expressão latina que significa "pela lei", "pelo direito", em contraste com *de fato*, que significa justamente "de fato", ou seja, algo praticado ou algo que existe de fato sem precisar de um ordenamento jurídico.

² A Reforma Rivadávia Corrêa, ou Lei Rivadávia Corrêa, Lei Vegetal do Ensino Superior e Fundamental, foi implementada em 5 de abril de 1911, pelo decreto nº8.659 e, na Escola Profissional pelo decreto 838, de 20 de outubro do mesmo ano. Proporcionava total liberdade aos estabelecimentos escolares, tornando a presença facultativa e desoficializando o ensino.

Universidade de Paraná em 1912. Essas universidades foram dissolvidas poucos anos depois. A primeira biblioteca universitária de uma instituição de ensino superior do Brasil que assumiu duradouramente o status foi a da Universidade do Rio de Janeiro criada em 1920. (CUNHA, 2000).

As bibliotecas universitárias tem um lugar de destaque dentro da história das universidades. Sua abrangência e o papel que desempenham em prol do desenvolvimento científico e tecnológico estão diretamente relacionados à função da universidade. São locais de disseminação do conhecimento acadêmico por essência.

As bibliotecas universitárias de forma geral possuem uma característica em comum: compartilhar informação com a sociedade; sendo peça importante dentro da universidade participando diretamente do seu crescimento, uma vez que ela fornece a comunidade acadêmica um espaço de interação, de troca de informações e experiências, ou seja, um espaço de construção do conhecimento.

A BU apresenta como uma de suas principais atividades o atendimento ao processo de ensino, pesquisa e extensão, pois a partir dessa percepção, ela contribui não somente para o acesso ao conhecimento, mas de alavancar a pesquisa, ciência e tecnologia, que são elementos constitutivos da produção de conhecimento (LIMA, 1977).

Para que essas atividades ocorram de modo satisfatório é necessário que haja uma boa comunicação entre a BU e os seus usuários. Antes das redes sociais, as BUs se comunicavam e interagiam através de jornais institucionais, boletins, folders, contato telefônico etc. Com o advento das Tecnologias de Informação e Comunicação e a popularização da Internet, passou-se a exigir das BU's uma mudança frente a essas novas ferramentas, especialmente das **redes sociais**, de modo a ampliar o seu espaço de atuação. O uso destas tecnologias permitiu maior interação entre as BU's e seus usuários. (ANZOLIN; CORRÊA, 2008).

3 REDES SOCIAIS E A BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA: o caso da Biblioteca de Ciências Humanas/UFC

As redes sociais são estruturas sociais compostas por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações que compartilham valores e objetivos comuns. As redes sociais existem bem antes da *Web*.

Quando caçadores na pré-história se reuniam para planejarem caçadas, os gregos antigos quando se ajuntavam para debaterem na *ágora*, os seguidores de Jesus Cristo se agrupavam para ouvirem suas palavras formavam “redes sociais”, pois esses grupos estavam conectados por valores e objetivos em comum. (AGUIAR, 2012).

As redes sociais, segundo Marteleto (2001, p.72) representam “[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”.

Uma rede social, então, é vista por Tomaél e Marteleto (2006) como sendo

um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e reconstruindo a estrutura social. (TOMAÉL; MARTELETO, 2006, p. 75)

Para Zamora (2006 *apud* AGUIAR, 2012), redes sociais são:

formas de interação social, definida como um intercâmbio Um sistema aberto e em construção permanente, que envolve um grupo que se identifica nas mesmas necessidades e problemáticas e que se organiza para potencializar seus recursos. (ZAMORA 2006 *apud* AGUIAR, 2012, p. 51)

Para Freire (2008, p. 585), as redes sociais são parte da nossa natureza biológica e cultural. Somos seres sociais e formamos redes desde os primórdios de nossa existência. Sobre as redes sociais em ambientes digitais, ou seja, na *Web*, Aguiar (2012) diz que

As redes sociais em ambientes digitais propiciam a criação do que Lévy (2008), em seu livro *Cibercultura*, chamou de comunidades virtuais (comunidades que se apoiam na interconexão e se alicerçam em interesses comuns, em um processo de cooperação ou de troca) e de inteligência coletiva (representa cada um dos seres humanos – as partes – que compõem o todo – a rede; e como ninguém sabe tudo, mas todos sabem um pouco, a inteligência coletiva objetiva o compartilhamento, o reconhecimento desse saber individual e o enriquecimento mútuo das pessoas). (AGUIAR, 2012, p. 52-53)

Na *Web*, existem redes sociais para diferentes propósitos como as redes sociais de relacionamentos (*Facebook, Twitter, Instagram, Google+*) e as redes sociais profissionais (*Linkedin*) (CALIL JUNIOR, CORRÊA e SPUDEIT, 2013). Essas redes sociais também são conhecidas como **mídias sociais**, esse dado é muito importante, pois existe um farto material

bibliográfico em que as redes sociais são tratadas por esse termo.

O uso das redes sociais como ferramenta de comunicação das BUs com a sua comunidade de usuários, propiciam inúmeras maneiras de divulgação dos serviços e produtos da unidade de informação. Segundo Click e Petit (2010, p. 137 *apud* AGUIAR, 2012, p. 63), elas são um dos canais de comunicação preferidos pela Geração Y, pois, fornecem meios eficazes para que as bibliotecas sejam atraentes, envolventes e possam ser comunicativas de modo eficiente para com os estudantes. Elas se adequam à realidade e se transformam à medida em que detectam a necessidade de oferecer mais serviços para atender uma demanda. Isso a obriga a se reinventar o tempo todo.

As redes sociais virtuais permitem compartilhar dados e informações de textos, arquivos, imagens fotos, vídeos, criação de comunidades, dentre outras. Dessa maneira, as redes se tornaram um instrumento poderoso utilizado no contexto mundial para disseminar ideias.

É indiscutível que as redes sociais hoje fazem parte do cotidiano da sociedade do século XXI. Elas podem atuar como canais de comunicação entre a biblioteca e a comunidade, com outras bibliotecas que fazem parte do sistema de biblioteca ou não, e até entre a própria comunidade de usuários. Sobre isso Maness (2007) diz que:

De fato, muitas das funções das bibliotecas ao longo da história têm sido proporcionar um lugar de reunião comum, um lugar de compartilhar identidade, comunicação, e ação. Redes sociais permitiriam que bibliotecários e usuários não somente interagissem, mas compartilhassem e transformassem recursos dinamicamente em um meio eletrônico. Usuários podem criar vínculos com a rede da biblioteca, ver o que outros usuários têm em comum com suas necessidades de informação, com base em perfis similares, demografias, fontes previamente acessadas, e um grande número de dados que os usuários fornecem. (MANESS, 2007, p. 48).

Segundo Fazioli (2017, p.169) “as redes sociais são um caminho sem volta. Não se pode prever o que acontecerá no futuro, como acontecerá o relacionamento da biblioteca com seus clientes”. E essa nova maneira de interação biblioteca-usuário abriu novas possibilidades de comunicação, por meio de *chats* (bate-papo ao vivo), *links*, fotos, vídeos, etc. A comunicação ficou totalmente “instantânea”, diferentemente quando era feita de modo tradicional via cartas, telefone e *email*. Anjos (2016) diz que os principais argumentos em defesa do uso das redes sociais pelas bibliotecas são:

- 1) fazem parte do dia a dia dos usuários/clientes; 2) facilitam a interação ou o contato direto com os usuários; 3) dão oportunidade de alcançar usuário e não

usuários (da biblioteca), ou seja, elas permitem chegar tanto aos usuários reais quanto aos usuários potenciais. (ANJOS, 2016, p. 16).

Dessa maneira, as bibliotecas universitárias podem promover as suas atividades no ambiente virtual amplamente usado pelos usuários. Sendo uma forma muito mais eficaz e eficiente de comunicação e/ou interação das bibliotecas com suas comunidades no século XXI. Através delas, os discentes, docentes e pesquisadores podem compartilhar conteúdos e informações, interagir entre si, e assim, participar mais ativamente da construção de seu próprio conhecimento e de seus colegas.

Afirma Fazioli (2017) que:

Há três itens básicos para um novo caminho dentre os serviços que deverão direcionar o bibliotecário e seus clientes nas redes sociais:

- Serviço personalizado: oferecer tratamento preferencial e direcionar as informações aos clientes conforme sua necessidade.
- Serviços on-demand: dispor de informativos educacionais e culturais para nossos clientes.
- Gamification (objetivos de compensação): recompensar os melhores usuários. Esta estratégia de interação entre pessoas e empresas, baseada no oferecimento de incentivos, estimula o engajamento do cliente com as marcas de maneira lúdica. (FAZIOLI, 2017, p.170).

A Biblioteca de Ciências Humanas da UFC está presente nas seguintes redes sociais: *Facebook*, *Pinterest* e *Twitter*. Seguem em anexo, (respectivamente Anexo A, Anexo B e Anexo C), os *screenprints* das *pages* da biblioteca nas redes sociais citadas acima.

Através dessas redes sociais, a BCH faz a divulgação dos seus produtos e serviços que oferecem a comunidade. O uso das redes sociais pela BCH é guiado pelas “Diretrizes para utilização das mídias sociais pelo sistema de bibliotecas da Universidade Federal do Ceará” (Anexo D) que deve “Orientar os responsáveis por perfis institucionais do Sistema de Bibliotecas da UFC nas redes sociais digitais (Facebook, Twitter, Pinterest, Blogs, dentre outras) e também os usuários desses perfis.” UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (2015, p.4).

Sobre o conteúdo que postado nas redes sociais diz que (Universidade Federal do Ceará, 2015):

- a. O conteúdo publicado pela biblioteca nas mídias sociais (seja ele elaborado pela instituição ou oriundo de outras fontes) deve ter, necessariamente, um caráter institucional, ou seja, as postagens realizadas pela biblioteca devem estar em consonância com os valores éticos defendidos pela instituição e, portanto, absterem-se da emissão de juízos de valor, evitarem comentários discriminatórios e/ou depreciativos e manterem a laicidade e o respeito aos direitos básicos do cidadão;
- b. As postagens realizadas pela biblioteca devem ser de acesso público;
- c. O conteúdo das postagens deve possuir, necessariamente, relação com os interesses da comunidade de usuários atendida pela biblioteca;
- d. A biblioteca só deve compartilhar conteúdo de fontes fidedignas;
- e. As postagens devem observar direitos autorais e outros direitos legais;

- f. Recomenda-se que o perfil da biblioteca em sites de mídias sociais acompanhe os demais perfis institucionais da Universidade, incluindo o de outras bibliotecas do Sistema;
- g. É de fundamental importância que perfis vinculados à biblioteca sejam constantemente atualizados, uma vez que se caracterizam como canais de comunicação com a sociedade;
- h. As postagens devem observar as normas da língua portuguesa e serem facilmente compreendidas pelos usuários. (UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ, 2015, p.6-7).

O documento zela pela ética, integridade e ressalta a importância do uso das redes sociais nas bibliotecas universitárias da UFC. É através dela que as bibliotecas podem divulgar seus produtos e serviços, fortalecer imagem perante os seus usuários.

E a partir das recomendações dadas pelas “Diretrizes para utilização das mídias sociais pelo sistema de bibliotecas da Universidade Federal do Ceará” podemos visualizar a importância que o sistema de bibliotecas da UFC dá a divulgação dos produtos e serviços das bibliotecas. O documento recomenda que (Universidade Federal do Ceará, 2015):

- Recomenda-se que as bibliotecas integrantes do Sistema de Bibliotecas da UFC utilizem as mídias sociais para:
- a. Apresentar e divulgar produtos e serviços oferecidos pela biblioteca;
 - b. Estabelecer e manter contatos com instituições, profissionais e outros públicos com os quais a biblioteca possa formar parcerias ou prestar serviços;
 - c. Compartilhar conteúdos multimídia relevantes para o avanço e para a divulgação da ciência;
 - d. Identificar demandas e obter opiniões para melhoria de ações, produtos e serviços da biblioteca;
 - e. Fortalecer a imagem da biblioteca como instituição de excelência no suporte às demandas informacionais da comunidade;
 - f. Agregar valor a discussões online e estimular reflexões;
 - g. Apoiar ações desenvolvidas pela UFC nos perfis oficiais da instituição na Internet;
 - h. Interagir e promover o diálogo com a sociedade e usuários das mídias sociais. (UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ, 2015, p.5)

Durante o levantamento documental realizado para fazer o estudo dessa temática, a partir das redes sociais da BCH, foram encontrados alguns exemplos de eventos, produtos e serviços que são divulgados e oferecidos pela biblioteca (Anexo E, Anexo F e Anexo G).

A partir dessas imagens é possível visualizar que a BCH segue a recomendação das diretrizes para utilização das mídias sociais do Sistema de Bibliotecas da UFC principalmente no item que apresenta e divulga os produtos e serviços oferecidos aos seus usuários.

4 METODOLOGIA

Na busca por respostas aos questionamentos suscitados pela consecução das metas estabelecidas, optamos pela pesquisa de **abordagem qualitativa**. Quanto aos seus objetivos é **descritiva** e **exploratória**. E como técnica de pesquisa foi utilizada o **estudo de caso**. E como procedimentos técnicos, foram utilizados à **pesquisa bibliográfica** e **documental**. Como técnica de análise de dados foi utilizada a **análise do conteúdo**.

A **abordagem qualitativa** da pesquisa trabalha melhor com a subjetividade do ser humano. Costuma ser usada para trazer à tona a explicação do porque um indivíduo utiliza um produto ou serviço específico, por exemplo. Ela no fornece uma melhor compreensão de certos fenômenos sociais apoiados no pressuposto da maior relevância do aspecto subjetivo da ação social face à configuração das estruturas sociais, seja a incapacidade da estatística de dar conta dos fenômenos complexos e dos fenômenos únicos. (HAGUETE, 1997).

A pesquisa de objetivo **descritiva** expõe características de determinada população ou fenômeno. Pode estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Já a de objetivo **exploratória** é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou final da pesquisa proposta. (GIL, 2008).

O método de pesquisa utilizado foi o **estudo de caso**. O estudo de caso consiste em uma investigação detalhada de uma ou mais organizações, ou grupos dentro de uma organização, com vistas a prover uma análise do contexto e dos processos envolvidos no fenômeno em estudo na pesquisa.

Afirmam Motta-Roth e Hedges (2010, p.144) que o estudo de caso “possibilita o estudo intensivo de um indivíduo (um ser humano) ou grupo (tribo, empresa, comunidade, instituição etc.) com vistas a obter generalizações a partir de uma análise abrangente da pesquisa como um todo”. Complementa Severino (2007, p.121) que é uma “pesquisa que se concentra no estudo de um caso particular, considerado representativo de um conjunto de casos análogos, por ele significativamente representativo”. Sua característica especial é a flexibilidade, pois ao longo do estudo é possível ao pesquisador reexaminar o tema, modificar planos e selecionar outras estratégias, sem limitar-se a roteiros rígidos ou a encaminhamentos prescritos (LÜDKE e ANDRÉ, 1986).

O estudo de caso é uma “categoria de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa profundamente” (TRIVIÑOS, 1987, p. 133), e que visa possibilitar o exame detalhado de uma situação em particular ou de um evento que somente apresenta sentido quando apreciado e compreendido no contexto em que acontece.

Segundo Triviños (1987), algumas vantagens podem ser observadas no estudo de caso, dentre as quais cumpre destacar:

1. A capacidade de retratar situações vivas do dia-a-dia, sem prejuízo de sua complexidade e de sua dinâmica natural;
2. A oportunidade de ampliar as experiências do pesquisador, pelo aprofundamento dos conhecimentos sobre o fenômeno estudado, o que favorece a descoberta de novos significados e o estabelecimento de novas relações;
3. A possibilidade de fornecer informações relevantes – porque pertinentes ao contexto e aos sujeitos que nele interagem – para a tomada de decisões;

Portanto, o pesquisador considera o estudo de caso adequado à pesquisa proposta, uma vez que a investigação voltou para uma realidade específica, para um *lócus* determinado – a Biblioteca de Ciências Humanas da UFC –, visando compreender **a contribuição das redes sociais para a divulgação dos serviços e produtos da biblioteca.**

Desse modo, os procedimentos investigativos foram diversos, tendo sua seleção e sua implementação resultantes das características do estudo e da natureza do objeto escolhido. Assim, utilizou-se a análise de referencial bibliográfico, análise de documentos e aplicação de questionários semiestruturados.

4.1 Apresentação do caso estudado

A Biblioteca Universitária de Ciências Humanas da Universidade Federal do Ceará (BCH) faz parte do Sistema de Bibliotecas da UFC. Atualmente, o Sistema de Bibliotecas é composto por dezoito bibliotecas, sendo treze na capital e cinco no interior, que atendem alunos, servidores e professores de oito Casas de Cultura Estrangeira, 104 cursos de graduação, 49 cursos de especialização, 58 cursos de mestrado e 40 cursos de doutorado. Oferece serviços, como livre acesso à internet; consulta local; comutação bibliográfica;

empréstimo domiciliar; normalização de trabalhos acadêmicos; recebimento e divulgação de teses, dissertações e TCCs e serviços de atendimento online (SISTEMA DE BIBLIOTECA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ, 2017).

As atividades da biblioteca tiveram início em 1962, com a criação da Biblioteca de Ciências Sociais e Filosofia, no antigo Instituto de Antropologia. Entre 1972 e 1975, acolheu os acervos de Comunicação Social, História, Biblioteconomia e Psicologia. Em 1977, uniu-se a já existente Biblioteca de Letras, tornando-se Biblioteca de Ciências Humanas, Letras e Artes.

Em 1996, foi inaugurada uma nova biblioteca para abrigar não apenas o acervo da Biblioteca de Ciências Humanas, mas também da Biblioteca de Educação e das Casas de Cultura, a fim de resolver a questão de espaço físico e abrigar o crescimento do acervo.

O acervo da biblioteca está disponível para a comunidade acadêmica, e é aberto ao público em geral para pesquisa local. O acervo é constituído por livros, periódicos científicos, teses, dissertações, dentre outros tipos de documentos, voltadas para as áreas de Ciências Humanas, Ciências Sociais e aplicadas, Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Literatura, Língua Portuguesa, Psicologia, e áreas afins. (BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ, 2017).

Quadro 1 – Infraestrutura, produtos e serviços da BCH

INFRAESTRUTURA	Sala de estudo em grupo, sala de estudo individual, auditório, laboratório de treinamentos; espaço para exposições, ambiente, rampas de acesso e banheiros adaptados.
PRODUTOS E SERVIÇOS	Serviço de fotocópias, computadores com acesso à Internet, computadores destinados à pesquisa no catálogo online e computadores com software de leitura para pessoas com deficiência visual.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de informações colhidas no portal institucional da BCH.

ANÁLISE DE REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO – compreender como se deu historicamente, a formação das BUs no mundo e no Brasil, bem como a sua evolução – dos primórdios até os dias atuais – a concepção e formas de comunicação e divulgação das BUs.

A partir das bibliografias levantadas de autores como Lankes (2016), Martins (1996) e Thompson (1979) foi possível identificar características das BUs na Biblioteca de Alexandria, instituição essa que contribuiu para o desenvolvimento do saber científico e filosófico da Antiguidade. Como descrevem Carvalho (2004) e Santos (2012), as primeiras BUs, surgem na Europa fins do século XIII, na Baixa Idade Média, juntamente com a formação das universidades. No Brasil, conforme Cunha (2000) a primeira BU é fundada em 1909 durante o período republicano. Demais bibliografias também foram consultadas pelo pesquisador e foram apresentadas nos capítulos 2 e 3 desta pesquisa.

Portanto, revisar bibliografias evidenciou a apropriação de saberes inerentes à temática, bem como favorecer o aprofundamento de conhecimentos e perspectivas teóricas a fim de adentrar nas questões levantadas. As leituras propiciaram o apoio teórico e delineamento de caminhos para a construção do objeto de estudo, principalmente porque “a definição teórica e conceitual é um momento crucial da investigação científica. É sua base de sustentação” (MINAYO, 1993, p. 40).

ANÁLISE DE REFERENCIAL DOCUMENTAL – A análise de referencial documental se caracteriza pelo uso de documentos não bibliográficos. Descreve Severino (2007, p.122-123) que a “[...] pesquisa documental tem-se como fonte documentos no sentido amplo, ou seja, não só de documentos impressos, mas, sobretudo de outros tipos de documentos, tais como jornais, fotos, filmes, gravações, documentos legais.”. Durante a pesquisa foram consultados e utilizados os seguintes documentos: diretrizes, fotografias, *screenprints* e entre outros documentos.

A análise documental permitiu identificar informações factuais a partir de questões interessantes ao estudo. Destacando-se por constituir fonte natural, estável e rica em informações contextualizadas, pois, os documentos emergem de uma determinada realidade e fornecem esclarecimentos sobre ela (LÜDKE e ANDRÉ, 1986). Desse modo, a análise documental viabilizou informações em relação a BCH, aos parâmetros usados para a divulgação de produtos e serviços nas redes sociais e o comportamento da biblioteca nas redes sociais.

QUESTIONÁRIO SEMIESTRUTURADO: (Apêndice A) – voltado para o mapeamento dos alunos do curso de graduação quanto ao conhecimento e uso das redes sociais da BCH, o nível de satisfação da divulgação dos produtos e serviços nas redes sociais,

se foram motivados ou não a usarem os produtos e serviços devido a divulgação nas redes sociais, e o que poderia ser melhorado.

O questionário semiestruturado foi aplicado a doze discentes de uma disciplina do último semestre de um curso de graduação da UFC. O questionário foi aplicado no decorrer da penúltima semana do mês de Outubro de 2017. Pretendendo assegurar a sua resolução e devolução por todos os participantes. A escolha desse público se deu devido à esperada maturidade acadêmica na fase final do curso. Para tal o questionário, foram elaboradas questões abertas e fechadas relacionadas ao problema pesquisado, com limite de número de seis questões, sendo três fechadas, uma semiaberta e duas abertas respectivamente.

Severino (2007) tipifica questionário como

Conjunto de questões, sistematicamente articuladas, que se destinam a levantar informações escritas por parte dos sujeitos pesquisados, com vistas a conhecer a opinião dos mesmos sobre os assuntos em estudo. As questões devem ser pertinentes ao objeto e claramente formuladas, de modo a serem bem compreendidas pelos sujeitos. As questões devem ser objetivas, de modo a suscitar respostas igualmente objetivas, evitando provocar dúvidas, ambiguidades e respostas lacônicas. Podem ser questões fechadas ou questões abertas. No primeiro caso, as respostas serão escolhidas dentre as opções predefinidas pelo pesquisador; no segundo, o sujeito pode elaborar as respostas, com suas próprias palavras, a partir de sua elaboração pessoal. (SEVERINO, 2007, p.125 - 126).

Os questionários apresentados no formato semiestruturado foram um meio termo entre os questionários estruturados e não estruturados. Nele se faz presente tanto perguntas abertas, fechadas e semiabertas. O número de questões pode variar, dependendo da análise que se pretende realizar, mas metodólogos recomendam entre seis e oito questões para não cansar os respondentes. (LAKATOS; MARCONI, 2003; SEVERINO, 2007).

ANÁLISE DO CONTEÚDO – Para interpretação dos dados coletados nos questionários foi utilizada a análise de conteúdo. A análise do conteúdo é uma técnica de análise de dados, muito utilizada nas ciências humanas e sociais aplicadas. Segundo Bardin (1979, p. 42 *apud* GERHARDT e SILVEIRA, p. 84, 2009), ela representa um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visam a 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 e recepção dessas mensagens.

Ainda sobre AC, Caregnato e Muttir (2006, p. 682), afirmam que a AC pode ser quantitativa e qualitativa:

Existe uma diferença entre essas duas abordagens: na abordagem quantitativa se traça uma frequência das características que se repetem no conteúdo do texto. Na abordagem qualitativa se “considera a presença ou a ausência de uma dada característica de conteúdo ou conjunto de características num determinado fragmento da mensagem”. (CAREGNATO; MUTTIR, 2006, p. 682).

Desse modo o pesquisador analisou as ausências e/ou presença de determinada(s) palavra(s) (signo linguístico) e sintagmas semelhantes nas respostas colhidas no questionário. (CAREGNATO; MUTTIR, 2006).

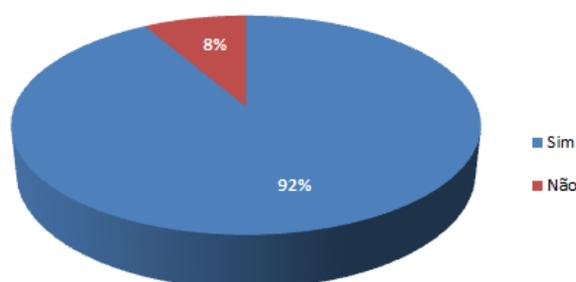
5 INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Após a coleta dos dados, foi realizada a análise das respostas divididas em seis momentos: **1)** identificar o nível de conhecimento dos usuários quanto à existência das redes sociais utilizadas pela biblioteca; **2)** quais as redes sociais mais utilizadas, **3)** qual o grau de satisfação dos usuários quanto à divulgação dos produtos e serviços, **4)** qual razão que respondente, caso tenha respondido assim, considera insatisfatório a divulgação da biblioteca nas redes sociais, **5)** se o uso dos produtos e serviços da BCH foram motivados pela divulgação nas redes sociais e quais foram os produtos e serviços usados, **6)** e como a BCH poderia melhorar a divulgação dos seus produtos e serviços nas redes sociais na opinião dos respondentes. A análise dos dados foi feita, seguindo a técnica da AC, sob o viés qualitativo, visando identificar quais as palavras e/ou termos semelhantes são mais frequentes nas respostas coletadas através do questionário. Segue a interpretação abaixo:

1) VOCÊ CONHECE AS REDES SOCIAIS UTILIZADAS PELA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC?

Quando perguntados se conhecem ou não as redes sociais da BCH, onze usuários (92%) responderam que “sim” enquanto um (8%) respondeu que “não”, ou seja, quase que na sua totalidade os pesquisados afirmam conhecerem as redes sociais. Esse dado aponta que os estudantes não são alheios quanto à existência dos perfis da BCH nas redes sociais. Uma informação bastante positiva para a biblioteca.

Gráfico 1: O conhecimento dos usuários sobre as redes sociais da BCH.



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Segundo Click e Petit (2010 *apud* AGUIAR, 2012), as redes sociais são canais de comunicação populares entre a atual geração.

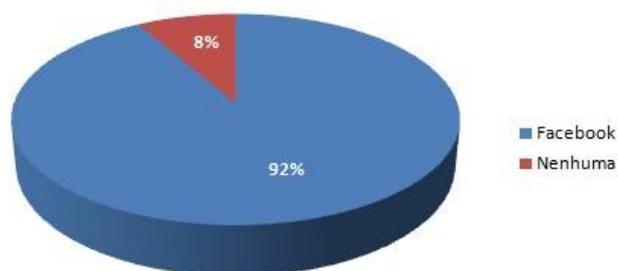
Os indivíduos do século XXI que não conhecem as redes sociais, segundo Aguiar

(2012) são considerados pelas demais pessoas como desconectadas do mundo virtual. Isso talvez explicaria a alta taxa de resposta “sim” por parte dos alunos questionados.

2) QUAIS DESSAS REDES SOCIAIS (*FACEBOOK, PINTEREST E TWITTER*) DA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC VOCÊ UTILIZA?

Nesta pergunta, os usuários tinham a opção de escolher entre mais de uma rede social para responder. Assim, onze alunos (92%) afirmaram que utilizam o *Facebook* enquanto que apenas um respondente (8%) afirmou que não utiliza nenhuma rede social.

Gráfico 2: As redes sociais da BCH que os usuários utilizam.



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

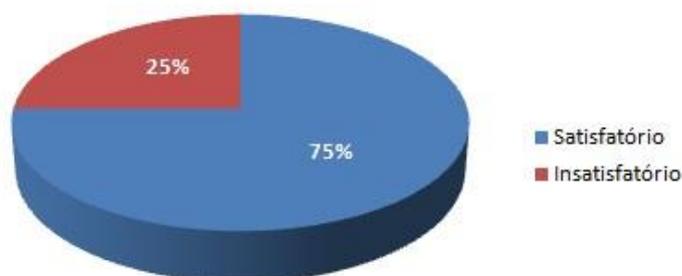
Essa hegemonia do *Facebook* sobre as demais redes sociais, segundo Aguiar (2016), se deve porque o mesmo é mais popular das plataformas. Dentro do *Facebook* os usuários podem compartilhar informações, postarem *links*, se informarem acerca das notícias mais atuais através de páginas de jornais e revistas, possibilidade de criação de *chats* e grupos em prol de interesses em comum, criação de eventos, dentre outras funcionalidades. Esta rede social propiciou aos usuários novas maneiras de se relacionarem entre si e com as instituições, onde agora possuem liberdade para darem opiniões, sugestões, elogios e críticas.

A partir desses apontamentos, podemos entender o porquê da popularidade do *Facebook* frente às outras redes sociais utilizadas pela BCH. Este é um dado que deveria ser levado em consideração pelos responsáveis pela divulgação dos produtos e serviços da BCH nas redes sociais.

3) COMO VOCÊ AVALIA A DIVULGAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS DA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC NAS REDES SOCIAIS?

Oito respondentes (75%) consideram satisfatório o nível de divulgação dos produtos e serviços da biblioteca nas redes sociais enquanto quatro (25%) consideram insatisfatório.

Gráfico 3: Avaliação da divulgação dos produtos e serviços da BCH nas redes sociais.



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

As redes sociais, parafraseando Maness (2007), são canais que permite que os usuários e a biblioteca, são criar vínculos de interação. Através delas os usuários podem exprimem ideias e desejos. Quando o usuário se sente contemplado pela forma como é realizada a divulgação dos produtos e serviços à tendência é que ele fique satisfeito. Contudo, para isso é fundamental interagir e conversar com os usuários. Compreender o que deseja e espera do comportamento e interação da biblioteca com eles.

Mas uma parcela (25%) significativa de estudantes respondeu que estão insatisfeitos no modo que a BCH faz a divulgação nas redes sociais. Como forma de compreender o porquê dessa insatisfação, o pesquisador elaborou uma questão específica para coletar as opiniões dos mesmos. Seguem-se os dados coletados.

4) SE A OPÇÃO ESCOLHIDA FOR “INSATISFATÓRIO” JUSTIFIQUE SUA RESPOSTA.

Quadro 2 - A razão que respondente considera insatisfatório a divulgação da biblioteca nas redes sociais.

Respondente	Resposta
R01, R03 e R05	Deseja mais informações sobre os produtos e serviços prestados pela BCH.
R09	Apesar dos esforços e do empenho dos bibliotecários, em divulgar os serviços da melhor maneira possível, principalmente no <i>Facebook</i> , é notável que não existe uma equipe cujos esforços sejam voltados especialmente para as mídias sociais.

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Dos quatro insatisfeitos, três (75%) afirmam que a biblioteca deveria oferecer mais informações sobre os produtos e serviços ofertados e que divulgação atual é deficitária. Já outra (25%) afirma que apesar dos esforços e do empenho dos bibliotecários na atividade de divulgação, principalmente no *Facebook*, é notória a falta de equipe para promover a divulgação.

Expressa Fazioli (2017) que se faz necessário que a biblioteca direcione as informações dos seus produtos e serviços conforme as necessidades de seus usuários. Quando um produto ou serviço ofertado pela biblioteca não tem a devida divulgação ou não é divulgado, o usuário passa a ter concepção que o mesmo não existe na biblioteca. Isso faz com que o usuário fique frustrado e insatisfeito. É importante que se faça um serviço de divulgação nas redes sociais direcionado aos produtos e serviços conforme as necessidades identificadas na comunidade de usuários que é atendida pela biblioteca.

5) VOCÊ JÁ UTILIZOU PRODUTOS E/OU SERVIÇOS DA BIBLIOTECA A PARTIR DA DIVULGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS? QUAIS?

Quadro 3 - Uso dos produtos e serviços da BCH que foram motivados pela divulgação nas redes sociais e quais.

Respondente	Resposta
R03, R05, R09, R11, R12	Não.
R01, R02, R04, R06, R07, R08, R10	Sim. Cursos, palestras, treinamentos, seminários, serviços ligados à metodologia científica e normalização.

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Tendo como ponto de partida esses dados é possível inferir que mais da metade dos respondentes (58,3%) já utilizaram algum produto ou serviço ofertado pela biblioteca devido à divulgação nas redes sociais.

Esses dados vão ao encontro do entendimento de Anjos (2016), no qual as redes sociais são canais de divulgação que dão oportunidade das bibliotecas de alcançarem seus usuários, atraindo um público muito mais amplo que os canais de divulgação mais tradicionais. Isso também condiz com o que Click e Petit (2010 *apud* AGUIAR, 2012) defendem, que as redes sociais tem um grande impacto sobre os indivíduos da atual sociedade.

Em contraponto, cinco respondentes (41,6%) afirmaram que não utilizaram nenhum produto ou serviço da biblioteca devido à divulgação nas redes sociais, ou seja, quase a metade dos pesquisados. Essa é uma informação muito importante, pois quase a totalidade de estudantes responderam que conhecem as redes sociais da BCH e dois terços dizem que estão satisfeitos quanto à divulgação da BCH nas redes sociais nos questionamentos anteriores. É importante saber quais fatores influenciam esses usuários a não utilizarem os produtos e serviços da BCH.

6) EM SUA OPINIÃO COMO A BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC PODERIA MELHORAR A DIVULGAÇÃO DOS SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS NAS REDES SOCIAIS?

Quadro 4 - Levantamento de como a BCH poderia melhorar a divulgação dos seus produtos e serviços nas redes sociais.

Respondente	Resposta
R01, R02, R03, R06, R07, R08	Fazer divulgação em outros canais tradicionais e digitais, além das redes sociais, como por exemplo: e-mail, SIGAA e visita aos cursos.
R05	Possuir uma regularidade nas publicações.

R09	“A vontade é clara, na minha opinião faltam recursos financeiros, pessoal especializado e estrutura.”
R04, R10, R12	Não respondeu.
R11	“Sendo mais dinâmicos, interagindo com os usuários, sendo mais divertidos, etc.”

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Seis respondentes (50%) afirmaram que a biblioteca deveria diversificar nos seus canais de comunicação para divulgar os produtos e serviços, apesar de reconhecerem a importância das redes sociais, ou seja, os usuários cobram que outros canais de comunicação não sejam negligenciados e que a biblioteca não foque sua divulgação somente nas redes sociais. Um respondente cobra mais regularidade nas publicações e outro que devem ser mais “dinâmicos”, interagindo com os usuários, sendo mais “divertidos”, etc. O seja criando um vínculo mais próximo com os usuários. (MANESS, 2007)

Um respondente (8,3%) afirma que a vontade de aprimorar a divulgação é clara, mas em sua opinião faltam recursos para isso. O usuário visualiza o esforço da biblioteca na atividade de divulgação nas redes sociais, mas falta aporte financeiro para realizar essa função com melhor eficiência. Três (25%) não quiseram responder à questão, talvez por falta de interesse, distração ou cansaço.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nossa meta foi estudar as redes sociais da BCH, para fornecer resultados sobre a forma em que a instituição e os seus usuários usam as redes sociais. Essa motivação nasceu em como tais canais comunicacionais podem trazer benefícios para divulgação dos produtos e serviços dessa organização. Dessa forma o pesquisador, levantou o seguinte questionamento central: Qual a contribuição das redes sociais na divulgação dos produtos e serviços da BCH?

Para isso foram alçados três objetivos específicos: **1)** Relacionar biblioteca universitária e redes sociais. **2)** Mapear quais produtos e serviços que são oferecidos nas redes sociais pela BCH. **3)** Verificar a divulgação dos produtos e serviços nas redes sociais pela Biblioteca de Ciências Humanas da UFC.

Para relacionar a BU e as redes sociais, antes, foi realizado um levantamento histórico e técnico conceitual, sobre a criação e evolução da BUs e as redes sociais. Durante a pesquisa foi possível visualizar a importância, segundo as bibliografias levantadas, da utilização das TIC's, no caso específico das redes sociais, para divulgação dos produtos e serviços da BUs.

E para execução do mapeamento dos produtos e serviços ofertados, o pesquisador utilizou o estudo de caso e da pesquisa documental. Foram consultadas diretrizes de uso das redes sociais usadas pelo Sistema de Bibliotecas da UFC, o portal institucional e as *pages* das redes sociais da BCH, para saber quais produtos e serviços a oferecer.

Logo após essa etapa foi verificada como a BCH realiza a divulgação de seus produtos e serviços em suas *pages* nas redes sociais. Para isso o pesquisador tirou alguns *screenprints* das postagens realizadas pela instituição no *Facebook*, *Pinterest* e *Twitter*, onde se fazia divulgação.

E através da aplicação de questionários aos usuários da BCH, concludentes de um curso de graduação; foi possível avaliar quais desses conhecem e utilizam as redes sociais da BCH; se estão satisfeitos ou não na maneira em que a divulgação é realizada; no caso se estivessem insatisfeitos, qual era a razão para tal insatisfação; se já usaram algum produto e/ou serviço devido à divulgação nas redes sociais, e se a resposta fosse sim, qual foi; e de que maneira a biblioteca poderia melhorar a sua divulgação.

Faz-se necessário ressaltar que muitos dos respondentes disseram que a BCH não deveria focar somente nas redes sociais, mas que também se faça presente em outros meios de comunicação analógicas e digitais mais tradicionais como, por exemplo, via emails ou através do SIGAA.

Vale salientar a relevância, a partir das constatações evidenciadas na presente pesquisa, pois pode proporcionar bases para realização de outras atividades investigativas, sejam acadêmicas ou para fins administrativos, que seria no caso da biblioteca pesquisada ou de outras bibliotecas que tenham interesse de usar esses dados para nortear suas pesquisas.

O seguinte trabalho não possui caráter único, ou de conclusão de seus dados, entretanto, pretende desenvolver disposições ocasionadas e investigar posteriormente demais temas determinados através do próprio, preocupando-se em contribuir para o crescimento da área de Biblioteconomia e com toda a sociedade em que participa deste contexto.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, G. A. **Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP.** 184f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-03122012-160409/publico/Giseli_Aguiar_Dissertacao_final.pdf>. Acesso em: 24 maio 2017.
- AMARO, V. A dimensão educativa, social e cultural de uma biblioteca em uma escola residência: A Escola SESC de Ensino Médio. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO*, 25, 2013, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis:FEBAB. Disponível em: <<https://portal.febab.org.br/anais/article/viewFile/1228/1229>>. Acesso em: 19 set. 2016.
- ANJOS, C. R. **Mídias sociais nas bibliotecas da UFRJ: adoção e monitoramento.** 162f. Dissertação (Mestrado em Biblioteconomia), Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<http://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/1246/1/DISSERTA%c3%87AO%20CLAUDIA%20ANJOS.pdf>>. Acesso em: 24 maio 2017.
- ANZOLIN, H. H.; CORRÊA, R. L. T. Biblioteca universitária como mediadora na produção de conhecimento. **Diálogo Educacional**, Curitiba, v.8, n.25, set./dez. 2008. Disponível em: <<http://www2.pucpr.br/reol/index.php/DIALOGO?dd1=2448&dd99=view>>. Acesso em: 24 maio 2017.
- ASSUNÇÃO, J. B. ; TAVARES, R. V.; SANTOS, J. P. Recursos humanos em Biblioteca Universitária. **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, Belo Horizonte, v.4, n.1, p.52-62, mar. 1975. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/reb/revista/Vol04/V4_N1.zip>. Acesso em: 19 set. 2016.
- BATTLES, M. **A conturbada história das bibliotecas.** São Paulo: Planeta, 2003.
- BOGDAN, R. e BIKLEN, S. K. **Investigação qualitativa em educação.** Porto: Porto Editora, 1994.
- CALIL JUNIOR, A.; CORRÊA, E. C. D.; SPUDEIT, D. O uso das mídias sociais nas bibliotecas brasileiras: análise dos trabalhos apresentados no SNBU e CBBB. *In: Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação-FEBAB.* 2013. **Anais.** p. 5044-5059. Disponível em: <<http://portal.febab.org.br/anais/article/view/1634/1635>>. Acesso em: 25 nov. 2017.
- CARVALHO, I. C. L. **A socialização do conhecimento no espaço das bibliotecas universitárias.** Rio de Janeiro: Interciência, 2004.
- CARVALHO, K.; NUNES, M. S. C. As bibliotecas universitárias em perspectiva histórica: a caminho do desenvolvimento durável. **Perspect. ciênc. inf.**, Belo Horizonte , v. 21, n. 1, p. 173-193, Mar. 2016 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141399362016000100173&lng=en>

&nrm=iso >. Acesso em: 25 nov. 2017.

CUNHA, L. A. Ensino superior e universidade no Brasil. In: TEIXEIRA. **500 anos de educação no Brasil**. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. Disponível em: <http://www.densf.xpg.com.br/ensino_superior_e_universidade_no_brasil.doc>. Acesso em: 24 maio 2017.

FAZIOLI, R. Mídias Sociais em Serviços de Informação. In: SPUDEIT, Daniela; KROEFF, Marcia Silveira (Org.). **Gestão de unidades de informação**. São Paulo: Febab, 2017. Cap. 9. p. 153-171. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScJi_3if_av4dIGPphDYaRBK4B_JjO50MZvySNgMGRxFSkytQ/viewform>. Acesso em: 30 out. 2017.

FERREIRA, R. G. **O impacto da internet nos produtos e serviços da biblioteca universitária**. 48f. Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia), Universidade Federal de Pernambuco, João Pessoa, 2016. Disponível em: <<http://www.ccsa.ufpb.br/biblio/contents/tcc/tcc-2016/o-impacto-da-internet-nos-produtos-e-servicos-da-biblioteca-universitaria.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2017.

GERHARDT, T. E. *et al.* **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 116p.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 200p.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997. 224p.

LANKES, R. D. **Expect more: melhores bibliotecas para um mundo complexo**. São Paulo: FEBAB, 2016. 176p.

LIMA, E. A biblioteca no ensino superior. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 5, n. 2, p. 847-861, 1977. Disponível em: <<http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/v/a/2045>>. Acesso em: 24 Maio 2017.

LÜCK, E. H. et al. A biblioteca universitária e as diretrizes curriculares do ensino de graduação. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 11., 2000. Florianópolis, **Anais...** Florianópolis, 2000. Disponível em <<http://snbu.bvs.br/snbu2000/docs/pt/doc/t024.doc>>. Acesso em: 11 de abr. 2017.

LUDKE, M. e ANDRÉ, M.. **Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MANESS, J. M. Teoria da Biblioteca 2.0: Web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v.17, n.1, p.43-51, jan./abr., 2007. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/831/1464>>. Acesso em: 24 maio 2017.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da

informação. **Ciência da informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1>>. Acesso em: 24 maio 2017.

MARTINS, Wilson. **A palavra Escrita: história do livro, da imprensa e da biblioteca**. São Paulo: Editora Ática, 1996.

MINAYO, M. C. S. (org.) **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 1993.

PRADO, H. de A. **Organização e administração de bibliotecas**. 2. ed. rev. São Paulo: T. A. Queiroz, 2003.

PEREIRA, J. D.S. Bibliotecas universitárias: uma abordagem organizacional. *In*: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 11., 2000. Florianópolis, **Anais...** Florianópolis, 2000. Disponível em:<libdigi.unicamp.br/document/?down=1116> Acesso em: 11 de abri. 2017.

SANTOS, J. M. O processo evolutivo das bibliotecas da antiguidade ao renascimento. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 8, n. 2, p. 175-189, 2012. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/v/a/12262>>. Acesso em: 25 Nov. 2017

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed., rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007. 304 p.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

TOMAÉL, M. L.; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posição dos atores no fluxo da informação. **Enc. Bibli: Revista Eletr. de Bibliotecon. Ci. Inf.**, Florianópolis, n. esp., p. 75-91, 1º sem. 2006. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/342/387>>. Acesso em: 25 nov. 2017.

THOMPSON, J. **A history of the principles of librarianship**. London: Clive Bingley, 1977. 236p.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. **Diretrizes para utilização das mídias sociais pelo sistema de bibliotecas da Universidade Federal do Ceará**. Disponível em:<http://www.biblioteca.ufc.br/images/arquivos/normativos/diretriz_utilizacao_midia_social.pdf> Acesso em: 11 de abri. 2017.

APÊNDICE A – FORMULÁRIO DO QUESTIONÁRIO APLICADO

QUESTIONÁRIO

Caro (a),

Conto com sua colaboração para o preenchimento deste questionário para a realização de uma pesquisa de conclusão de curso que visa saber o nível de satisfação à divulgação dos produtos e serviços da Biblioteca de Ciências Humanas da Universidade Federal do Ceará em suas redes sociais. Todas as informações aqui contidas serão utilizadas apenas para fins acadêmicos. Desde já agradeço pela atenção.

1º) Você conhece as redes sociais utilizadas pela Biblioteca de Ciências Humanas da UFC?

Sim

Não

2º) Quais dessas redes sociais da Biblioteca de Ciências Humanas da UFC você utiliza?

Facebook

Twitter

Pinterest

Nenhuma

3º) Como você avalia a divulgação dos produtos e serviços da Biblioteca de Ciências Humanas da UFC nas redes sociais?

Satisfatória

Insatisfatória

4º) Se a opção escolhida for “insatisfatória” justifique sua resposta.

5º) Você já utilizou algum(ns) produto(s) e/ou serviço(s) da biblioteca a partir da divulgação nas redes sociais? Quais?

6º) Em sua opinião como a Biblioteca de Ciências Humanas da UFC poderia melhorar a divulgação dos seus produtos e serviços nas redes sociais?

ANEXO A – PAGE DA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC NO FACEBOOK.

Biblioteca de Ciências Humanas da UFC - BCH
@sibibchufc

O Mendeley te ajuda a:

- Organizar referências bibliográficas;
- Armazenar e consultar material de pesquisa;
- Encontrar outros pesquisadores;
- Encontrar bolsas e financiamento de pesquisa;
- Divulgar suas pesquisas e muito mais.

Procure um Mendeley Advisor e conheça melhor essa ferramenta

Fotos

Videos

Biblioteca em Fortaleza
5,0 ★★★★★ · Aberto agora

Comunidade Ver tudo

- Convide seus amigos para curtir esta Página
- 1.576 pessoas curtiram isso
- 1.579 pessoas seguem isso
- Djalda Muniz e outros 59 amigos curtiram isso ou fizeram check-in

Sobre Ver tudo

Av. da Universidade, 2683, Bloco 4, Benfica
60.020-970 Fortaleza

(85) 3366-7658

www.biblioteca.ufc.br

Biblioteca · Escola · Faculdade e universidade

Declaração de autoria

Horário: 08:00 às 20:45
Aberto agora

Membros Da Equipe

Iriana Araujo

Dê sua opinião sobre **Biblioteca de Ciências Humanas da UFC - BCH!**

6.0 Você avaliou esse local

ANEXO B – PAGE DA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC NO PINTEREST.

 Pinterest [Criar conta](#) [Entrar](#)

Biblioteca de Ciências Humanas UFC

42 Seguidores
13 Seguindo

[www.facebook.com/sibi...](#)
 Av. da Universidade,
 2683, Bloco 4, Benfica,
 60.020-970. Fortaleza-Ceará. / Biblioteca de Ciências Humanas do Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: bchleit@ufc.br. Telefone: (85) 3366-7658.



Pastas Pins



Livros
34 Pins



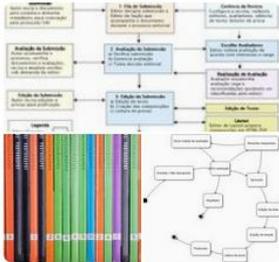
Bibliotecas
21 Pins



Citações e frases
10 Pins



Eventos BCH e Sistem...
150 Pins



Open Access / Acesso a...
15 Pins



Leitura
7 Pins



Vida de estudante
9 Pins



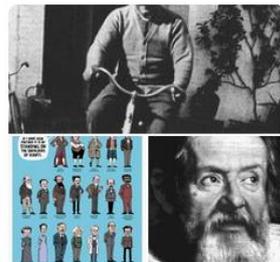
Cordel e Xilogravura
23 Pins



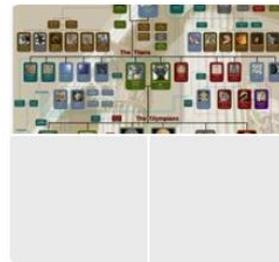
HQ
10 Pins



Grandes escritores
94 Pins



Grandes cientistas
46 Pins



Mitologia grega
1 Pin

ANEXO C – PAGE DA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS DA UFC NO TWITTER

Página Inicial Moments

Buscar no Twitter

Você possui uma conta? [Entrar](#)

Você possui uma conta?

Celular, e-mail ou nome de usuário

Senha

Lembrar-me · [Esqueceu sua senha?](#)

[Entrar](#)

Novo no Twitter?

[Inscreva-se](#)



Tweets **116** Seguindo **465** Seguidores **85** Curtidas **9**

BCHUFC
@bchufc

BCH - Biblioteca de Ciências Humanas da UFC bchleitor@ufc.br (85)3366-7658 3366-7654

Fortaleza-CE

biblioteca.ufc.br

Participa desde abril de 2011

11 Fotos e vídeos



Novo no Twitter?
Inscreva-se agora para obter sua própria timeline personalizada!

[Inscreva-se](#)

Você também pode gostar
Atualizar

 **Isabela Nascimento**
@isabela_rochan

 **Sinvaldo do N Souza**
@sinvaldon_souza

 **marcio domeneguetti**
@marciocd12

 **Carlos A. Monteiro**
@ipadcam2

 **O POVO Online**
@opovoonline

Tweets Tweets e respostas Mídia

 **BCHUFC** @bchufc · 1 de nov
Participou da #SMPC2017? Responda ao questionário! II SEMANA DE METODOLOGIA & PRODUÇÃO CIENTÍFICA-AVALIAÇÃO

 **II SEMANA DE METODOLOGIA & PRODUÇÃO CIENTÍFICA...**
Por favor, conte-nos sobre a sua experiência durante a #SMPC2017 e nos avalie. Os seus comentários são essenciais para garantir a qualidade do evento.
docs.google.com

 **BCHUFC** @bchufc · 30 de out
A II Semana de Metodologia & Produção Científica foi linda e um sucesso graças a cada um que participou! Obrigada a todos(as)! 🎉 #SMPC2017



 **BCHUFC** @bchufc · 30 de jul
Just made my Research life a breeze using colwiz. Join me and see what you've been missing -

 **colwiz: Free reference manager & research groups...**
colwiz lets you create citations & bibliography in 6500+ styles and allows you to set up your research groups on the cloud to easily share files and references
colwiz.com

 **BCHUFC** @bchufc · 17 de jul

ANEXO D - DIRETRIZES PARA UTILIZAÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS PELO SISTEMA DE BIBLIOTECAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
REITORIA
BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA
COMISSÃO DE SERVIÇOS**



**DIRETRIZES PARA UTILIZAÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS PELO
SISTEMA DE BIBLIOTECAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**

**FORTALEZA-CE
2015**

**DIRETRIZES PARA UTILIZAÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS PELO
SISTEMA DE BIBLIOTECAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**

Reitor em Exercício

Prof. Henry de Holanda Campos

Diretor da Biblioteca Universitária

Francisco Jonatan Soares

Bibliotecários(as) Colaboradores(as)

Diana Flor de Lima Rifane

Fabíola Maria Pereira Bezerra

Francisco Jonatan Soares

Nirlange Pessoa de Queiroz

Membros da Comissão de Serviços

Ana Rafaela Sales de Araújo

Érica Quadros do Amaral

Ericson Bezerra Viana

Francisco Edvander Pires Santos

Izabel Lima dos Santos

José Jairo Viana de Sousa

Juliana Soares Lima

Kalline Yasmin Soares Feitosa

**FORTALEZA-CE
2015**

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO.....	3
2 OBJETIVO.....	4
3 POR QUE UTILIZAR AS REDES SOCIAIS.....	5
4 DIRETRIZES PARA A BIBLIOTECA.....	6
4.1 CARACTERÍSTICAS DAS POSTAGENS.....	6
5 DIRETRIZES PARA OS USUÁRIOS.....	8
6 DISPOSIÇÕES FINAIS.....	9
REFERÊNCIAS.....	10
APÊNDICES.....	11
APÊNDICE A – Relação dos perfis oficiais do Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Ceará nas mídias sociais.....	11
ANEXOS.....	12
ANEXO A - Norma Complementar nº 15/IN01/DSIC/GSIPR.....	12

1 APRESENTAÇÃO

As mídias sociais digitais são importantes ferramentas de comunicação na sociedade contemporânea. Essas ferramentas são anteriores à Internet e pautam-se na ideia de produção e disseminação descentralizada de conteúdo, logo elas acabam atuando como um espaço democrático para a socialização e o compartilhamento de informações.

O Manual de orientação para atuação em redes sociais (2012, p. 7) destaca que:

As “ferramentas de mídias sociais” são sistemas online projetados para permitir a interação social a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos. Eles possibilitaram a publicação de conteúdos por qualquer pessoa [...]

Essa e outras características (simplicidade, baixo custo, possibilidade de alcance) fazem com que o uso dessas ferramentas se torne crucial nos dias de hoje, tendo em vista o crescente significado adquirido por essas mídias na sociedade ea recente aprovação da Lei nº 12.965, conhecida como Marco Civil da Internet, que dispõe sobre o uso da Internet no Brasil e que defende, dentre outros pontos, que o acesso à Internet é essencial para o exercício pleno da cidadania. O Marco Civil também estabelece, em seu artigo 24, incisos VI e X, respectivamente, que, no tocante à atuação do poder público, cabe a “publicidade e disseminação de dados e informações públicas, de forma aberta e estruturada” e “prestação de serviços públicos de atendimento ao cidadão de forma integrada, eficiente, simplificada e por múltiplos canais de acesso, inclusive remotos”.

Destarte, vê-se crescer a necessidade e a importância do estabelecimento de padrões de conduta que permitam o bom uso dessas ferramentas, objetivando tanto evitar sanções ao Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Ceará (UFC), e/ou aos responsáveis pelas postagens, bem como o aproveitamento do grande potencial existente no uso dessas ferramentas.

2 OBJETIVO

Orientar os responsáveis por perfis institucionais do Sistema de Bibliotecas da UFC nas redes sociais digitais (*Facebook, Twitter, Pinterest, Blogs*, dentre outras) e também os usuários desses perfis.

3 POR QUE UTILIZAR AS REDES SOCIAIS

Recomenda-se que as bibliotecas integrantes do Sistema de Bibliotecas da UFC utilizem as mídias sociais para:

- a. Apresentar e divulgar produtos e serviços oferecidos pela biblioteca;
- b. Estabelecer e manter contatos com instituições, profissionais e outros públicos com os quais a biblioteca possa formar parcerias ou prestar serviços;
- c. Compartilhar conteúdos multimídia relevantes para o avanço e para a divulgação da ciência;
- d. Identificar demandas e obter opiniões para melhoria de ações, produtos e serviços da biblioteca;
- e. Fortalecer a imagem da biblioteca como instituição de excelência no suporte às demandas informacionais da comunidade;
- f. Agregar valor a discussões online e estimular reflexões;
- g. Apoiar ações desenvolvidas pela UFC nos perfis oficiais da instituição na Internet;
- h. Interagir e promover o diálogo com a sociedade e usuários das mídias sociais.

4 DIRETRIZES PARA A BIBLIOTECA

- a. As bibliotecas da UFC têm autonomia na criação de um único perfil institucional em cada uma das redes sociais existentes, desde que observadas as orientações de conduta contidas neste documento;
- b. Os perfis institucionais do Sistema de Bibliotecas da UFC devem ser administrados, necessariamente, por servidores efetivos do Sistema. Entretanto, é permitido que equipes mistas gerenciem o perfil, desde que lideradas por um servidor;¹
- c. É vedada a publicação de opiniões pessoais nos perfis institucionais da biblioteca por parte de seus administradores e editores;
- d. A biblioteca não é responsável pelo teor e conteúdo dos comentários realizados pelos usuários nos perfis administrados pela instituição;
- e. A biblioteca não solicita publicamente informações pessoais aos seus usuários;
- f. As dúvidas, reclamações, comentários e/ou solicitações dos usuários postadas nas mídias sociais administradas pela biblioteca serão respondidas após avaliação, e as respostas devem conter a identificação de quem as realizou;
- g. A biblioteca se reserva ao direito de fazer as modificações necessárias para a melhoria das diretrizes aqui expostas e se compromete a torná-las pública.

4.1 CARACTERÍSTICAS DAS POSTAGENS

- a. O conteúdo publicado pela biblioteca nas mídias sociais (seja ele elaborado pela instituição ou oriundo de outras fontes) deve ter, necessariamente, um caráter institucional, ou seja, as postagens realizadas pela biblioteca devem estar em consonância com os valores éticos defendidos pela instituição e, portanto, absterem-se da emissão de juízos de valor, evitarem comentários discriminatórios e/ou depreciativos e manterem a laicidade e o respeito aos direitos básicos do cidadão;

¹ Diretriz baseada na Norma Complementar nº 15/IN01/DSIC/GSIPR, homologada pela Portaria nº 38, de 11 de junho de 2012, que estabelece parâmetros para o uso seguro das redes sociais na Administração Pública Federal (ver ANEXO A). Disponível em: <http://dsic.planalto.gov.br/documentos/nc_15_redes_sociais.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2015.

- b. As postagens realizadas pela biblioteca devem ser de acesso público;
- c. O conteúdo das postagens deve possuir, necessariamente, relação com os interesses da comunidade de usuários atendida pela biblioteca;
- d. A biblioteca só deve compartilhar conteúdo de fontes fidedignas;
- e. As postagens devem observar direitos autorais e outros direitos legais;
- f. Recomenda-se que o perfil da biblioteca em sites de mídias sociais acompanhe os demais perfis institucionais da Universidade, incluindo o de outras bibliotecas do Sistema;
- g. É de fundamental importância que perfis vinculados à biblioteca sejam constantemente atualizados, uma vez que se caracterizam como canais de comunicação com a sociedade;
- h. As postagens devem observar as normas da língua portuguesa e serem facilmente compreendidas pelos usuários.

5 DIRETRIZES PARA OS USUÁRIOS

Os usuários do Sistema de Bibliotecas da UFC e a sociedade de um modo geral devem observar tais questões ao interagirem com a biblioteca por meio das mídias digitais:

- a. É livre a manifestação de opinião acerca dos conteúdos veiculados pela biblioteca;
- b. O usuário é o único responsável pelo teor e conteúdo dos comentários realizados em mídias sociais vinculadas à biblioteca;
- c. Ao deixar um comentário, o usuário concorda com a publicação do mesmo e com o seu eventual uso pela biblioteca em outras mídias;
- d. Comentários de usuários que não estejam relacionados ao tema da publicação e/ou que apresentem teor inadequado (ameaçador, difamatório, obsceno, ofensivo e/ou ilegal) serão removidos sem aviso prévio;
- e. Informações de caráter pessoal (formas de contato, documentação, senhas, dentre outros) não devem ser postadas publicamente em perfis administrados pelo Sistema de Bibliotecas;
- f. Apesar de caracterizar-se como canal oficial de comunicação, os perfis da biblioteca nas mídias sociais não substituem canais destinados a demandas específicas, tais como solicitação de ficha catalográfica e reserva de espaços da biblioteca;
- g. Além de perfis em mídias sociais, a Biblioteca Universitária da UFC conta com um canal oficial de atendimento individual, o e-mail: atendimentobu@ufc.br.

6 DISPOSIÇÕES FINAIS

Sempre que necessário, novas diretrizes serão inseridas neste documento pela Biblioteca Universitária a fim de melhorar a comunicação no ambiente digital.

REFERÊNCIAS

ACCART, Jean-Philippe. **Serviço de referência**: do presencial ao virtual. Tradução: Antonio Agenor Briquet de Lemos. Brasília: Briquet de Lemos, 2012.

BRASIL. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 18 nov. 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm>. Acesso em: 15 maio 2015.

_____. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 24 abr. 2014. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm>. Acesso em: 22 abr. 2015.

_____. Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República. Departamento de Segurança da Informação e Comunicações. **Diretrizes para uso seguro das redes sociais na Administração Pública Federal**. Norma Complementar emitida em: 11 jun. 2012. Disponível em: <http://dsic.planalto.gov.br/documentos/nc_15_redes_sociais.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2015.

_____. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. **Manual de orientação para atuação em redes sociais**. [Brasília, DF], maio 2013. Disponível em: <<http://www.gespublica.gov.br/biblioteca/pasta.2013-03-28.9924370611/Manual%20de%20Orientacao%20para%20Atuacao%20em%20Redes%20Sociais.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2015.

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. **Guia básico para utilização de Redes Sociais**. dez. 2012. Disponível em: <http://www.cfa.org.br/servicos/publicacoes/guia_redes_sociais_final.pdf>. Acesso em: 14 maio 2015.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Tradução: Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

APÊNDICES

APÊNDICE A –Relação dos perfis oficiais do Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Ceará nas mídias sociais

BIBLIOTECA	REDE SOCIAL	NOME ADOTADO
Biblioteca Universitária	Facebook	Biblioteca Universitária da UFC
Biblioteca de Medicina de Sobral (BMS)	Facebook	Biblioteca do Curso de Medicina – UFC Sobral
Biblioteca de Ciências e Tecnologia (BCT)	Facebook	Biblioteca de Ciências e Tecnologia da UFCE
	Twitter	BCT UFC – @bctufc
	Facebook (Perfil)	Bibliotecário Bct
Biblioteca de Pós-Graduação em Economia (BPGE)	Facebook (Perfil)	Biblioteca Caen
Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade (BFEAAC)	Facebook	Biblioteca da FEAAC / UFC
	Blog	Biblioteca da FEAAC / UFC
Biblioteca de Pós-Graduação em Engenharia (BPGE)	Facebook	BPGE – Biblioteca de Pós-Graduação em Engenharia
Biblioteca do Campus de Quixadá (BCQ)	Facebook	BCQ - Biblioteca do Campus de Quixadá / UFC
	Twitter	BCQ UFC - @bcqufc
	Blog	BCQ - Biblioteca do Campus de Quixadá / UFC
Biblioteca do Campus de Russas (BCR)	Facebook	Biblioteca do Campus de Russas – BCR/UFC

ANEXOS

ANEXO A – Norma Complementar nº 15/IN01/DSIC/GSIPR, homologada pela Portaria nº 38, de 11 de junho de 2012, que estabelece parâmetros para o uso seguro das redes sociais na Administração Pública Federal

NORMA COMPLEMENTAR Nº 15/IN01/DSIC/GSIPR

1 OBJETIVO

Estabelecer diretrizes de Segurança da Informação e Comunicações para o uso das redes sociais, nos órgãos e entidades da Administração Pública Federal (APF), direta e indireta.

2 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

2.1 O fenômeno das redes sociais é uma realidade mundial. No Brasil, o seu uso vem crescendo exponencialmente, inclusive nos órgãos e entidades da APF, como uma ferramenta para aproximarem-se ainda mais do cidadão brasileiro e prestar atendimento e serviços públicos de forma mais ágil e transparente, em consonância com os princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

2.2 Essa nova realidade de interação e comunicação entre as pessoas, empresas, órgãos e entidades públicas e privadas, quando não utilizada com critérios bem definidos pode trazer riscos à Segurança da Informação e Comunicações (SIC), comprometendo a disponibilidade, integridade, confidencialidade e autenticidade dos ativos de informação da APF.

2.3 Assim, urge a necessidade de o Estado brasileiro construir parâmetros de segurança que orientem a conduta dos órgãos e entidades da APF no uso das redes sociais, respeitada a legislação vigente e a respectiva Políticas de Segurança da Informação e Comunicações (POSIC) de cada órgão e entidade.

3 FUNDAMENTO LEGAL DA NORMA COMPLEMENTAR

Conforme disposto no inciso II do art. 3º da Instrução Normativa nº 01, de 13 de junho de 2008, do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República (GSIPR), compete ao Departamento de Segurança da Informação e Comunicações (DSIC), estabelecer normas definindo os requisitos metodológicos para implementação da Gestão de Segurança da Informação e Comunicações pelos órgãos e entidades da Administração Pública Federal.

4 CONCEITOS E DEFINIÇÕES

Para os efeitos desta Norma Complementar, aplicam-se os seguintes termos e definições:

4.1 **Administrador de Perfil Institucional:** agentes públicos que detenham autorização do responsável pela área interessada para administrar perfis institucionais de um órgão ou entidade da APF nas redes sociais.

4.2 **Agente Responsável:** servidor público ocupante de cargo efetivo ou militar de carreira de órgão ou entidade da Administração Pública Federal, direta ou indireta, incumbido da gestão do uso seguro das redes sociais.

4.3 **Ativos de informação:** os meios de armazenamento, transmissão e processamento, os sistemas de informação, bem como os locais onde se encontram esses meios e as pessoas que a eles têm acesso.

4.4 **Autenticidade:** propriedade de que a informação foi produzida, expedida, modificada ou destruída por uma determinada pessoa física, ou por um determinado sistema, órgão ou entidade.

4.5 **Comitê de Segurança da Informação e Comunicações:** grupo de pessoas com a responsabilidade de assessorar a implementação das ações de segurança da informação e comunicações no âmbito do órgão ou entidade da APF.

4.6 **Confidencialidade:** propriedade de que a informação não esteja disponível ou revelada a pessoa física, sistema, órgão ou entidade não autorizado e credenciado.

4.7 **Disponibilidade:** propriedade de que a informação esteja acessível e utilizável sob demanda por uma pessoa física ou determinado sistema, órgão ou entidade.

4.8 **Gestor de Segurança da Informação e Comunicações:** responsável pelas ações de segurança da informação e comunicações no âmbito do órgão ou entidade da APF.

4.9 **Integridade:** propriedade de que a informação não foi modificada ou destruída de maneira não autorizada ou acidental.

4.10 **Perfil institucional:** cadastro de órgão ou entidade da APF como usuário em redes sociais, alinhado ao planejamento estratégico e à Política de Segurança da Informação e Comunicações (POSIC) da instituição, com observância de sua correlata atribuição e competência.

4.11 **Política de Segurança da Informação e Comunicações (POSIC):** documento aprovado pela autoridade responsável do órgão ou entidade da APF, com o objetivo de fornecer diretrizes, critérios e suporte administrativo à implementação da segurança da informação e comunicações.

4.12 **Redes sociais:** estruturas sociais digitais compostas por pessoas ou organizações conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objetivos comuns.

4.13 **Segurança da Informação e Comunicações:** ações que objetivam viabilizar e assegurar a disponibilidade, a integridade, a confidencialidade e a autenticidade das informações.

4.14 **Termo de Responsabilidade:** termo assinado pelo usuário concordando em contribuir com a disponibilidade, a integridade, a confidencialidade e a autenticidade das informações que acessar, bem como assumir responsabilidades decorrentes de tal acesso.

4.15 **Usuários:** servidores, terceirizados, colaboradores, consultores, auditores e estagiários que detenham autorização do responsável pela área interessada para acesso aos ativos de informação de um órgão ou entidade da APF, formalizada por meio da assinatura do Termo de Responsabilidade.

4.16 **Vulnerabilidade:** conjunto de fatores internos ou causa potencial de um incidente indesejado, que podem resultar em risco para um sistema ou organização, os quais podem ser evitados por uma ação interna de segurança da informação.

5 PRINCÍPIOS E DIRETRIZES

5.1 A presente Norma Complementar (NC) tem como foco o uso institucional das redes sociais nos aspectos relacionados à Segurança da Informação e Comunicações. O órgão ou entidade da APF pode, a seu critério, expandir a abrangência de sua Norma Interna de Uso Seguro das Redes Sociais para ações

que vão além da SIC, como por exemplo, estratégia de comunicação social e processo de gestão de conteúdo, dentre outras.

5.2 A normatização interna de uso seguro das redes sociais deve estar alinhada tanto à Política de Segurança da Informação e Comunicações (POSIC) quanto aos objetivos estratégicos do órgão ou entidade. Também deve estabelecer diretrizes, critérios, limitações e responsabilidades na gestão do uso seguro das redes sociais, por usuários que tenham permissão para administrar perfis institucionais ou que possuam credencial de acesso para qualquer rede social, a partir da infraestrutura das redes de computadores da APF.

5.3 A Norma Interna do órgão ou entidade da APF também deve considerar os requisitos legais de segurança da informação e comunicações em vigor, especialmente as Normas Complementares NC 04/IN01/DSIC/GSIPR, que trata sobre a Gestão de Riscos de Segurança da Informação e Comunicações; NC 06/IN01/DSIC/GSIPR, sobre a Gestão de Continuidade de Negócios em Segurança da Informação e Comunicações; NC 07/IN01/DSIC/GSIPR sobre Controles de Acesso Relativos à SIC e NC 08/IN01/DSIC/GSIPR, que estabelece Diretrizes para Gerenciamento de Incidentes em Redes Computacionais nos órgãos e entidades da APF no que couber, bem como novas Normas Complementares do GSI referentes à SIC para a Administração Pública Federal.

5.4 Perfis institucionais mantidos nas redes sociais devem, preferencialmente, ser administrados e gerenciados por equipes integradas exclusivamente por servidores ou empregados públicos federais ocupantes de cargo efetivo ou militar de carreira, de órgão ou entidade da APF. Quando não for possível, a equipe pode ser mista, desde que sob a coordenação e responsabilidade de um servidor ou empregado público.

5.5 É vedada a terceirização completa da administração e da gestão de perfis de órgãos e entidades da APF nas redes sociais, assim entendida a terceirização que viole o disposto no item anterior.

5.6 O órgão ou entidade da APF deve nomear um servidor público, ocupante de cargo efetivo ou militar de carreira, para a função de Agente Responsável pela gestão do uso seguro de cada perfil institucional nas redes sociais, com o seguinte perfil profissional: capacidade de estabelecer bons relacionamentos interpessoais, de interagir e dialogar com as demais áreas presentes nas redes sociais, proativo e,

principalmente, que conheça e entenda o negócio do órgão ou entidade da APF a que esteja vinculado.

6 RESPONSABILIDADES

6.1 Cabe à Alta Administração aprovar as diretrizes estratégicas alinhadas à SIC, que norteiam o uso seguro das redes sociais do órgão ou entidade da APF de sua responsabilidade;

6.2 Cabe ao Comitê de Segurança da Informação e Comunicações, de cada órgão ou entidade analisar a Norma Interna de Uso Seguro das Redes Sociais e submeter à aprovação da Alta Administração.

6.3 Cabe ao Gestor de Segurança da Informação e Comunicações:

6.3.1 Propor diretrizes estratégicas de Segurança da Informação e Comunicações (SIC) para a gestão do uso seguro das redes sociais.

6.3.2 Fomentar o fortalecimento da cultura de Segurança da Informação e Comunicações do órgão ou entidade da Administração Pública Federal de sua responsabilidade, no que diz respeito ao uso seguro das redes sociais;

6.4 Cabe ao Agente Responsável:

6.4.1 Gerir, acompanhar e analisar, de forma contínua, o uso seguro das redes sociais pelo órgão ou entidade da APF;

6.4.2 Verificar se a Norma Interna de Uso Seguro das Redes Sociais está sendo seguida pelo órgão ou entidade;

6.4.3 Atuar como parceiro institucional no fortalecimento da cultura de SIC no uso seguro das redes sociais em seu órgão ou entidade, bem como no planejamento e apoio às ações de segurança da informação e comunicações cabíveis nesse contexto.

7 – VIGÊNCIA

Esta Norma Complementar entra em vigor na data de sua publicação.

ANEXO E – DIVULGAÇÃO DO SERVIÇO DE TREINAMENTO MENDELEY NO FACEBOOK.

Biblioteca de Ciências Humanas da UFC - BCH
- 2 de novembro às 09:00 · 🌐

Corre que ainda dá tempo para se inscrever! 😊 #Mendeley
Formulário de inscrição: <https://goo.gl/znWunX>.

TREINAMENTO MENDELEY

Estão abertas, até 05 de novembro, as inscrições para o treinamento sobre o gerenciador de referências Mendeley. O treinamento será oferecido na modalidade de educação à distância.

As atividades do treinamento vão se desenvolver no período de 06 de novembro a 06 de dezembro de 2017. As inscrições são gratuitas e devem ser feitas no formulário disponível no blog e na fanpage da biblioteca. Será emitido certificado de participação.

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

ANEXO F – DIVULGAÇÃO DOS EVENTOS PROMOVIDOS PELA BCH E SISTEMA DE BIBLIOTECAS NO PINTEREST.

The image shows a screenshot of a Pinterest profile page. At the top, there is a search bar with the text 'Pesquisar' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are navigation options: 'Feed', 'Explorar', and a profile picture of 'Manoel' with a notification bell showing '9+'. Below the navigation bar, there is a red 'Seguir' button. The profile name is 'Eventos BCH e Sistema de Bibliotecas', with '150 Pins' and '27 seguidores' listed below it. A bio reads 'Eventos da Biblioteca de Ciências Humanas da UFC e do Sistema de Bibliotecas da UFC.' To the right of the bio are two profile pictures. The main content area displays a grid of 16 pins, each showing a photograph of an event. Each pin includes a small profile picture of 'Juliana Lima' and the text 'Eventos BCH e Sistema de B...'. The photographs depict various scenes: a speaker at a podium, an audience in a lecture hall, a group of people standing together, and a person presenting at a computer workstation.

ANEXO G – SERVIÇO DE DICAS DE COMO SE INSCREVER E CONSULTAR AS NORMAS DA ABNT DIVULGADO ATRAVÉS DO *TWITTER*.

The image shows a screenshot of a Twitter profile for BCHUFC (@bchufc). The main focus is a tweet from January 31, 2017, at 05:52. The tweet text reads: "I just uploaded 'ABNT: como se inscrever e consultar atualizações de normas' to @academia!". Below the text is a profile picture of a woman in a blue t-shirt and a link to academia.edu. The tweet has three interaction icons: a speech bubble, a retweet symbol, and a heart. The background shows a list of other tweets from BCHUFC, including one from October 25, 2016, about the "Semana de Metodologia & Produção Científica - 2016".

BCHUFC @bchufc

I just uploaded 'ABNT: como se inscrever e consultar atualizações de normas' to @academia!

ABNT: como se inscrever e consultar atualizações de nor...
 Apresenta as formas de se inscrever e acompanhar atualizações e publicações de novas normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).
academia.edu

05:52 - 31 de jan de 2017

BCHUFC @bchufc · 31 de jan
 I just uploaded 'ABNT: como se inscrever e consultar atualizações de normas' to @academia!

ABNT: como se inscrever e consultar atualizaçõe...
 Apresenta as formas de se inscrever e acompanhar atualizações e publicações de novas normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).
academia.edu

BCHUFC @bchufc · 25 de out de 2016
 I Semana de Metodologia & Produção Científica - 2016. Profa. Milena Braz.

Eventos BCH e Sistema de Bibliotecas
 I Semana de Metodologia & Produção Científica - 2016. Profa. Milena Braz.
pinterest.com

BCHUFC @bchufc · 25 de out de 2016
 I Semana de Metodologia & Produção Científica - 2016.

Eventos BCH e Sistema de Bibliotecas
 I Semana de Metodologia & Produção Científica - 2016.
pinterest.com

© 2017 Twitter Sobre Central de Ajuda Termos Política de privacidade Cookies Informações de anúncios