



# **GESTÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS: O CASO DAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS SETORIAIS DOS CAMPI DO CONTINENTE DA DIB/UFMA**

DIGITAL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT: THE CASE OF SECTORAL UNIVERSITY LIBRARIES ON DIB/UFMA MAINLAND CAMPUSES

Raimunda Ribeiro, Universidade Federal do Maranhão - [raimunda.ribeiro@ufma.br](mailto:raimunda.ribeiro@ufma.br)  
Soraya Albuquerque, Universidade Federal do Maranhão - [soraya.albuquerque@ufma.br](mailto:soraya.albuquerque@ufma.br)

## **Eixo Temático 5: Gestão e liderança em movimento**

### **INTRODUÇÃO**

As redes sociais digitais surgem como ambientes de divulgação, associação de interesses e socialização de informações e conhecimentos. Desde a sua origem estas cresceram em tipologias, tipos de interações e número de utilizadores, diferenciados pelos seus perfis, graus de interesse e temas abordados.

Essa diferenciação de interesses possibilitou o surgimento das redes sociais digitais de cunho generalistas, profissionais e acadêmicas que possibilitam a democratização de informações/conhecimentos, sem limitações de tempo e fronteiras. Tais aspectos viabilizam o estabelecimento de círculos, ou redes de relacionamentos a partir da seguinte lógica: perfis diferenciados de acordo com seus interesses comerciais, sociais, educacionais ou culturais, entre outros. Assim como, pelas áreas temáticas investigadas: profissionais, técnicas e/ou científicas.

A construção dessas redes viabiliza o desenvolvimento de trabalhos cooperativos e colaborativos, bem como a gestão da informação e da comunicação, mediação da informação e o desenvolvimento de projetos em rede, para além de proporcionar visibilidade para os Bibliotecários gestores, bem como aos produtos,



serviços e atividades geradas por esses atores que compõem o quadro de profissionais que atuam nesses cenários.

Entende-se que a comunicação digital/virtual é o resultado do avanço tecnológico na sociedade, "[...] ferramentas essas que nos revelam a construção de um novo tipo de relacionamento, diversificado, dinâmico e totalmente moderno." (ARAÚJO, 2021, p. 34).

A partir daí firmou-se o nosso interesse em identificar a gestão das mídias sociais digitais utilizadas pelos Bibliotecários das Bibliotecas Universitárias Setoriais dos campi de Pinheiro, Imperatriz, Grajaú, Balsas, Codó, Bacabal, São Bernardo e Chapadinha, destacando a relevância dessas redes sociais digitais para o processo de gestão da comunicação interna e externa desses espaços, com o intuito de ampliar o seu alcance e visibilidade, assim como aproximar os protagonistas desses cenários, ou seja, os bibliotecários gestores, do seu público-alvo (usuários/usuárias), no intuito de atender às suas demandas informacionais de maneira eficiente e eficaz.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

As redes sociais digitais representam um conjunto de interligações, formadas por nós (indivíduos) e conexões (laços sociais) responsáveis pela disseminação de informações e conhecimentos. Constituem-se também lugar de fala dos nós (indivíduos) e são responsáveis pela construção de valores e comportamentos diferenciados, dando vazão à formação e acesso ao capital social em ambientes sociais e profissionais (CORRÊA; VANZ, 2016; CRUZ, 2010).

Assim, ressalta-se que a dinâmica dessas plataformas proporciona a interconectividade, pela qual é constituída e efetivada as relações sociais em ambientes diversificados, sejam estes profissionais, educacionais, sociais, políticos ou culturais. Esses ambientes, antes formados em espaços reais, atualmente com o avanço das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), em especial a internet, passaram a constituir espaços digitais.



Dentre esses espaços têm-se as redes sociais digitais de caráter generalista como o *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Twitter*, dentre outras, e as acadêmicas e profissionais como *Academia.edu*, *ResearchGate*, *Figshare*, *Mendeley* e *LinkedIn* consideradas na atualidade como espaços essenciais que impulsionam a gestão e a divulgação dos serviços, produtos e atividades desenvolvidas nos mais variados cenários profissionais, em especial nas bibliotecas universitárias, foco deste estudo.

Nessa perspectiva, ressalta-se que “[...] a biblioteca universitária como insumo fundamental para a criação do conhecimento, por meio do aporte informacional que ela possui, precisa fazer uso das ferramentas de comunicação ancoradas nas tecnologias digitais.” (ARAÚJO, 2021, p. 34). Sendo assim, infere-se sobre a necessidade da ressignificação da gestão da disseminação da informação e da comunicação realizada pelas bibliotecas universitárias com a utilização das mais variadas tipologias de redes sociais digitais.

Desse modo, considera-se que a gestão da informação nos ambientes das bibliotecas se efetiva à medida que os bibliotecários que atuam nesses espaços desenvolvem atividades que visam o monitoramento, a seleção, o tratamento e a disseminação e divulgação de informações com valores agregados necessários para atenderem as demandas informacionais dos (as) usuários (as)/interagentes, público-alvo desses espaços.

Essa dinâmica na contemporaneidade só é possível ser efetivada com a gestão adequada das mídias sociais digitais por esses profissionais. Esses espaços são responsáveis por fluxos informacionais e compartilhamentos de informações em tempo real, sem limitações espacial e temporal. No entanto, é imprescindível que os bibliotecários se apoderem desses espaços e os tornem seus lugares de fala por excelência.

Tais ações são concretizadas à proporção que esses profissionais realizem a gestão desses ambientes de forma interativa e compartilhada com a sua equipe, ou seja, gerenciando as mídias sociais selecionadas para dar visibilidade aos serviços, produtos e atividades desenvolvidas, assim como para viabilizar o processo comunicacional ágil com o seu público-alvo. Isso propiciará a flexibilização do



processo comunicacional, assim como garantirá a qualidade, credibilidade e principalmente agilidade das informações socializadas.

Diante disso, evidencia-se que “na contemporaneidade, a interação com os usuários por meios das mídias sociais é imprescindível, devendo se constituir num processo contínuo, pois são muitos os canais de comunicação e as fontes de informação que podem ser acessados a qualquer hora e em qualquer lugar.” (ARAÚJO; PINHO NETO; FREIRE, 2016, p. 9).

Portanto, a performance das bibliotecas universitárias nas redes sociais digitais é uma iniciativa que contribui de modo estratégico e relevante com o desenvolvimento contínuo do processo de comunicação, pois favorece a interatividade com o usuário ao passo que colabora de modo eficaz com a disseminação da informação.

Para tanto, torna-se necessário o planejamento e a gestão dos conteúdos a serem disponibilizados nas mídias sociais digitais utilizadas, visando a sua adequação à missão, visão e objetivos da biblioteca e a manutenção das publicações de forma frequente e regular. Isso proporcionará a visibilidade necessária desses espaços para que alcancem a notoriedade, o interesse e a credibilidade das suas comunidades de usuários.

## **MÉTODO DA PESQUISA**

Para o desenho desta investigação, de acordo com o objetivo delineado, optou-se pela pesquisa bibliográfica e exploratória, com abordagem qualitativa, tendo em vista que esta possibilita o estudo pormenorizado do fenômeno, ou seja, identificar como ocorre a gestão das mídias sociais digitais realizada pelos Bibliotecários das Bibliotecas Universitárias Setoriais dos campi de Pinheiro, Imperatriz, Grajaú, Balsas, Codó, Bacabal, São Bernardo e Chapadinha.

A população alvo deste estudo é composta pelos dezesseis bibliotecários gestores, vinculados à Diretoria Integrada de Bibliotecas da Universidade Federal do Maranhão (DIB/UFMA), que atuam nas bibliotecas universitárias setoriais dos campi já referidos. Nesse sentido, foi elaborado um questionário *online* no *Google Forms*,



com questões fechadas e abertas, e aplicado aos sujeitos desta pesquisa no período de julho e agosto de 2022. O link (<https://forms.gle/AoEr7deSj5NL2A3f9>) deste instrumento de coleta de dados foi encaminhado para os *e-mails* institucionais, dos sujeitos desta pesquisa. Esse instrumento de recolha de informações foi construído e afinado tendo em conta o objetivo delineado para este estudo em pauta.

A análise dos dados recolhidos para este estudo, no que se refere às questões elencadas no questionário, envolve a análise de conteúdo com base em Bardin (2014). Assim, as informações colhidas foram agrupadas para análise, em conformidade com as seguintes categorias:

- a - Perfil dos respondentes;
- b - Redes sociais digitais utilizadas;
- c - Gestão das redes sociais digitais; e
- d - Planejamento e design dos conteúdos disponibilizados.

A realização deste procedimento nos permitiu uma visão mais alargada do fenômeno em foco, bem como a compreensão da multiplicidade das respostas geradas durante a sua análise, atendendo aos detalhes das características que delas emergiram, de modo a obter uma visão holística acerca dos Bibliotecários Gestores, nos cenários desta investigação, no que se refere à identificação da gestão das redes sociais digitais utilizadas, e os seus reflexos para o alcance e visibilidade do trabalho desenvolvido pelos atores desses cenários investigados.

Destaca-se que os recortes dos discursos emanados pelos sujeitos desta pesquisa são apresentados de forma grafada em itálico e entre aspas na próxima seção.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Dos 16 bibliotecários convidados a participar neste estudo respondendo ao questionário *on-line*, foram obtidas 8 respostas válidas até o presente momento, correspondendo a 50% da amostra. Tais resultados são descritos nesta seção, salvaguardando a identificação dos respondentes e preservando a autenticidade das



respostas coletadas. Convém pontuar que durante o curso da pesquisa foram encaminhados regularmente nos meses de julho e agosto, o *link* desse questionário para os *e-mails* institucionais dos sujeitos desta pesquisa, procurando sensibilizá-los para a relevância da sua contribuição para o desenvolvimento desta investigação. Para além do envio para os *e-mails* institucionais foram realizados contatos também via *WhatsApp* reiterando a necessidade das suas respostas, para uma melhor amplitude, robustez e confiabilidade dos resultados apresentados neste estudo.

Quanto ao perfil dos respondentes se evidencia que majoritariamente estes possuem entre 0 a 5 anos de experiência profissional (75%), a predominância do gênero é feminino, corroborando com o que aponta a literatura da área em estudo. A faixa etária predominante é de 31 a 40 anos (75%), o que demonstra que as Bibliotecas Setoriais dos Campus da UFMA no continente, cenário desta investigação, possui um quadro de profissionais jovens, refletindo diretamente nos resultados obtidos nesta investigação.

Questionou-se os inquiridos sobre o seu local de atuação nas bibliotecas, cenários desta pesquisa. Estes majoritariamente atuam no setor de referência da biblioteca (87,5%) a qual encontram-se vinculados. Solicitou-se também que estes apontassem as mídias sociais digitais utilizadas, dentre essas destacam-se o *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*, *Youtube* e *Padlet*, tendo como destaque principal o *Instagram*. Esses resultados corroboram com a pesquisa de doutorado realizada por Araújo (2021). A referida autora destaca que em nível nacional e internacional, as mídias sociais digitais mais utilizadas nestes ambientes, foram: *Facebook*, *YouTube*, *Twitter* e *Instagram*.

Quando questionados sobre os critérios utilizados para a escolha das mídias sociais digitais, os inquiridos apontaram que essas proporcionam: “*visibilidade e rapidez das informações transmitidas*”; “*maior tempo de resposta entre a comunidade acadêmica*”; “*informar sobre alguma campanha, evento ou aviso, usamos todas sempre*”; “*maior interação*” e “*repercussão*” nos campi, de acordo com o seu “*público alvo, temática*” abordada, o que reflete diretamente nas temáticas



escolhidas, e no *“objetivo da publicação.”* Assim como a *“busca pelas mídias sociais”* digitais utilizadas pelas IES, a qual encontram-se vinculadas.

Perguntamos aos inquiridos sobre quem é responsável pelo gerenciamento das mídias sociais, bem como pela criação da arte, e do conteúdo disponibilizado nesses ambientes digitais. Esses evidenciaram que são os próprios *“bibliotecários”* que são responsáveis em organizar as informações, *“atividades, campanhas, treinamentos”*, assim como *“produzir o template de divulgação e de resultado”*, com o apoio do *“designer gráfico, técnico de informação do Campus de Pinheiro”*, bem como a *“equipe de TI”* e *“servidores de informática”*, *“equipe de mídia do Centro de São Bernardo”* em parceria com a Comissão do Instagram da DIB e do técnico de informação dos Campus da UFMA no continente.

Interrogamos os sujeitos desta pesquisa sobre como é planejado os tipos de conteúdo disponibilizados, e com qual periodicidade. Esses destacam que: a divulgação acontece *“de acordo com a ação a ser divulgada”*, como: *“eventos, treinamentos, avisos”*, bem como *“toda a informação necessária ao usuário”* durante o *“semestre, férias”*, dentre *“outros momentos”*. E que ainda ocorre *“poucas vezes durante o ano”*. O outro inquirido enfatizou que *“o planejamento é realizado em conjunto e os conteúdos, em caso de divulgação no Instagram da DIB, passam por uma avaliação da comissão responsável”* por essa mídia social digital. Sublinharam também que são *“planejados anualmente e a periodicidade de postagem é mensal”*, e que ocorre a divulgação de *“informações utilitárias, a periodicidade segue a ordem de necessidade de informar algo urgente ou uma campanha que estamos promovendo”*. Em outras situações os inquiridos frisaram que não possuem *“nada específico que requer uma postagem semanal ou mensal”*. E que em *“caráter informativo, os conteúdos são selecionados por critérios de qualidade, verificação e inseridos gradualmente conforme a disponibilidade”*. Pontuam ainda que *“não há um planejamento definido para publicação em redes sociais”*

Tais ações demonstram que estes inquiridos trabalham de forma cooperativa e colaborativa, visando o alinhamento da missão, visão e objetivos da DIB, com os da IES. Isso fará com que essas bibliotecas universitárias em parceria com as IES



alcancem a visibilidade necessária, pois estas têm como função apoiar o desenvolvimento dos programas de ensino, pesquisa, extensão e inovação, tripé basilar o desenvolvimento e notoriedade desses cenários, foco deste estudo. (LUBISCO, 2014).

Nota-se o esforço desses profissionais para utilizarem as mídias sociais digitais com vistas a divulgação dos serviços, produtos e ações desenvolvidas nesses cenários em estudo. No entanto, faz-se necessário um maior alinhamento da divulgação realizada pelos profissionais que atuam nesses espaços visando o planejamento dos conteúdos a serem disponibilizados, assim como trabalhar para que haja maior periodicidade dessas postagens. Isso proporcionaria a visibilidade necessária para o trabalho desenvolvido por esses sujeitos, bem como para a biblioteca, e a IES.

Quando indagados sobre a relação existente entre os conteúdos disponibilizados, os serviços, produtos e atividades desenvolvidas pela biblioteca, estes inquiridos afirmaram que *“o conteúdo é bem próximo aos serviços que a DIB oferece, bem como com os eventos desenvolvidos pela biblioteca”*, como *“campanhas”*, divulgação de *“treinamentos”* e *“novas aquisições do acervo”*. Outro sujeito acentuou que existe *“complementação do trabalho desenvolvido na Biblioteca, tendo em vista que as mídias vão auxiliar nos serviços de alerta, na divulgação de informativos da Biblioteca ou em outros âmbitos”*. Frisaram ainda que *“os conteúdos têm relação ou com um serviço, ou um produto, ou uma atividade”*. Em algumas situações são utilizadas para divulgar *“algo que vai ser feito, outras para mostrar o resultado”*, e também *“informar sobre os serviços da biblioteca”*, e *“quando há alguma atividade que queremos divulgação”*, em parceria com a *“equipe de redes da DIB”*.

Isso demonstra que esses profissionais estão atentos para a necessidade da divulgação dos serviços, produtos e ações desenvolvidas nas mídias sociais digitais, e na necessidade de disponibilizar em meio digital os serviços que antes eram realizados de forma presencial. Essas ações aproximam o seu público-alvo, pois seus perfis mudaram, e para atraí-los é necessário que essas bibliotecas marquem



presença nas mídias sociais digitais, e apresentem todo o seu potencial como espaços imprescindíveis para a organização, divulgação e disseminação do conhecimento científico produzidos pelos cientistas, pesquisadores, docentes e discentes vinculados a essas IES, assim como para a comunidade em geral onde a IES Pública encontra-se inserida.

Ao solicitarmos a opinião desses sujeitos, se as redes sociais digitais contribuem para a aproximação entre os usuários, bibliotecários e biblioteca, a maioria respondeu que “sim”, e que “*é necessário uma abordagem atual para acompanhar a comunidade acadêmica*”. E também que “*permite uma comunicação mais rápida e alcança um número de pessoas maior*”. Ressaltaram também que “*existem muitas barreiras, como a democratização do acesso as TICs e a Internet, principalmente*”. Enfatizaram que já tiveram ocorrências de usuários “*chegarem para saber mais sobre informações que viram por meio da rede, ou para elogiarem*”. Destacaram que demoraram “*um pouco para usar o Instagram, a pandemia veio para dar essa cutucada, mas o WhatsApp sempre foi muito usado, e sempre tivemos um bom retorno*”. Afirmam ainda, que “*as redes sociais aproximam conforme a sua utilização frequente e interesses dos frequentadores*”. Estas proporcionam “*um contato mais amplo na disseminação de informações, servindo como ferramenta para aproximar os usuários dessas redes às bibliotecas/Bibliotecários, seja pelo contato digital ou presencial*”. Destacam ainda que possibilitam “*interagir com os usuários, de forma mais dinâmica, estreitando os laços*”

Diante desse contexto, é importante frisarmos que esses profissionais têm plena consciência que passamos do paradigma da posse, para o paradigma do acesso que compreende a conexão dos usuários com as mídias sociais/redes sociais por meio do acesso à internet, possibilitando a visualização e compartilhamento de informações. Por isso torna-se fundamental a disponibilização dos serviços, produtos e atividades desenvolvidas em ambientes digitais. Isso possibilitará uma maior aproximação entre usuários, bibliotecas e bibliotecários. Tendo em vista que as bibliotecas universitárias possuem lugar de destaque na sociedade contemporânea, contribuindo de forma significativa para o



desenvolvimento científico, tecnológico, cultural e social na sociedade contemporânea.

Questionamos também os inquiridos se as redes sociais digitais contribuem para dar mais visibilidade para as atividades desenvolvidas pelos Bibliotecários, bem como desmistificar o perfil do bibliotecário tradicional, todas foram unânimes em afirmar que “sim”. Alguns inquiridos ressaltaram que *“na nossa cidade pouco se sabe sobre a profissão é comum ter pessoas perguntando se estudamos (curso superior) para exercê-la, temos muita oportunidade de mostrar que o trabalho não envolve só se preocupar com os livros. Está presente nas redes sociais ajuda a ampliar esse conceito”, “apresentar as atividades desenvolvidas assim como o perfil do Bibliotecário pode alcançar esta finalidade de melhor conhecimento sobre a profissão”, “acredito que esse é uns dos aspectos importantes que as redes sociais podem nos proporcionar. Diante disso, estamos tentando ampliar a visibilidade da biblioteca por meio das mídias do Centro de São Bernardo”, “as redes sociais têm se tornado uma ferramenta de trabalho, auxiliando na divulgação dos serviços e produtos oferecidos pela biblioteca. Aproxima os bibliotecários dos usuários, pois a informações chega mais rápida, e desmistifica a ideia de que o Bibliotecário só trabalha em espaço físico com empréstimo e devolução de livros.”*

Isso demonstra a sintonia existente nas respostas apresentadas neste estudo, no que se refere a relevância da utilização dessas mídias sociais para a valorização e mudança do perfil tradicional do Bibliotecário na sociedade contemporânea. Considera-se, portanto, que “as mídias sociais contribuem para qualidade de resposta, eficácia e eficiência, características que não dependem só de tecnologia e gestão de recursos, mas primeiramente da compreensão das necessidades desse usuário, cada vez mais plural, diverso e exigente.” (SIQUEIRA, 2010).

Perguntamos aos nossos inquiridos sobre como é trabalhado o tempo de resposta para satisfazer com eficiência e eficácia as demandas dos usuários nas mídias sociais digitais utilizadas. Estes informaram que trabalham na perspectiva de tempo de resposta no máximo doze horas. E evidenciaram que *“a partir de informações claras, o retorno, geralmente, é imediato”, “trabalhado de forma*



*positiva”, “já teve casos de perguntarmos se viram a postagem e reforçarmos”, “de acordo com as demandas que surgem buscando maior rapidez no retorno às solicitações”, “as respostas são imediatas quando fazemos as postagens, seja pelas mídias sociais ou presencialmente na biblioteca”. Outro inquirido frisou que “não utilizamos as mídias para atender as demandas informacionais dos usuários nesta biblioteca, solicitamos alguns posts ocasionais nas redes da DIB ou do Centro.”*

Isso traz reflexos diretos na atuação dos Bibliotecários universitários contemporâneos, no que se refere ao uso das redes sociais para realizar a gestão da informação, bem como a mediação e disseminação da informação, de maneira que seu público-alvo tenha acesso às informações em tempo real, de maneira eficiente e eficaz, satisfazendo assim as demandas informacionais dos seus usuários/interagentes. Tais aspectos validam quando indagamos nossos inquiridos sobre a contribuição desses espaços para a aquisição da informação e abrangência de conhecimentos. Mais uma vez percebemos a coerência e sintonia das respostas apresentada, quando estes foram unânimes em afirmar que “sim”. Alguns respondentes reforçaram que *“é uma forma rápida de compartilhar informações utilitárias, além da grande escala de abrangência”, “as mídias sociais servem para a maior fluidez das informações repassadas facilitando a transferência de informações de modo mais dinâmico e efêmero”, “todo o conteúdo exposto pelas redes da DIB proporcionam a aquisição de conhecimento, são conteúdos ricos em informação”, “as mídias sociais fazem com que a informação chegue de forma mais rápida e precisa ao usuário, sem que ele precise se fazer presente na biblioteca para buscar qualquer informação.”*

No que se refere a acessibilidade no âmbito das mídias sociais digitais utilizadas pelas bibliotecas, os nossos sujeitos afirmaram que trabalham com *“a divulgação do QR-Code em murais”, articulam também “para que se tenha maior alcance funcional, disseminando os conteúdos de forma clara e objetiva”. E pontuaram ainda que “a Comissão da DIB responsável pelo Instagram preocupa-se em sempre colocar a descrição da imagem para promover a acessibilidade às pessoas com deficiência visual”, “usamos a do Campus e a da DIB, então seguimos*



*as regras que estas estabelecem”, “divulgação e incentivo a utilização das mídias por parte dos usuários”, “as mídias sociais das bibliotecas da DIB são de responsabilidade de uma equipe de profissionais, as informações são centralizadas em uma única página”. Oposto as pontuações discursadas destacam que “é uma questão que não foi discutida”, “infelizmente ainda não foi pensando a questão da acessibilidade, sabe-se que é muito necessário para a informação chegar ao maior número de usuários reais e potenciais, principalmente para quem possui algum tipo de deficiência”, “na setorial de São Bernardo não temos redes sociais.”*

Observa-se que existe a preocupação com a acessibilidade no âmbito das mídias sociais digitais utilizadas. No entanto, torna-se necessário a ampliação da utilização das tecnologias assistivas disponíveis para um maior alcance das pessoas com deficiência. Isso exigirá desses profissionais a busca por uma educação continuada que contemple formações na área da acessibilidade, tecnologias e inclusão.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Considera-se que a mudança de paradigma da posse para o acesso, provocou inúmeras modificações na atuação dos Bibliotecários, devido a inserção das TDIC em todas as suas ambiências profissionais, em especial as mídias sociais digitais que modificaram sobremaneira a gestão e mediação da informação no âmbito das bibliotecas universitárias em cenário nacional e internacional.

Nessa perspectiva, o presente estudo procurou responder ao objetivo traçado, em conformidade com as categorias estabelecidas nesta pesquisa, com vistas a identificar como é realizada a gestão das mídias sociais digitais utilizadas pelos Bibliotecários das Bibliotecas Universitárias Setoriais dos campi de Pinheiro, Imperatriz, Grajaú, Balsas, Codó, Bacabal, São Bernardo e Chapadinha, visando refletir sobre a sua performance com base na gestão, e no planejamento dessas mídias para atender as demandas informacionais do seu público-alvo de maneira eficiente e eficaz.



Destaca-se, a partir dos resultados apresentados neste estudo, que os ambientes digitais mais utilizados são o *Instagram*, *YouTube* e o *Facebook*. Estes são alinhados com as mídias utilizadas pelo DIB/UFMA, a que essas bibliotecas setoriais se encontram vinculadas.

Observou-se a necessidade de um planejamento periódico dos conteúdos a serem postados, assim como a necessidade desses profissionais irem em busca de formação continuada voltada para o desenvolvimento da expertise necessária ao uso das TDIC, para uma maior dinamização dos serviços, produtos, e atividades desenvolvidas nesses espaços. Tais ações proporcionarão mais visibilidade para os bibliotecários universitários que atuam nesses espaços, assim como para as suas ações visando o atendimento das demandas informacionais dos seus usuários sem limitação espacial ou temporal.

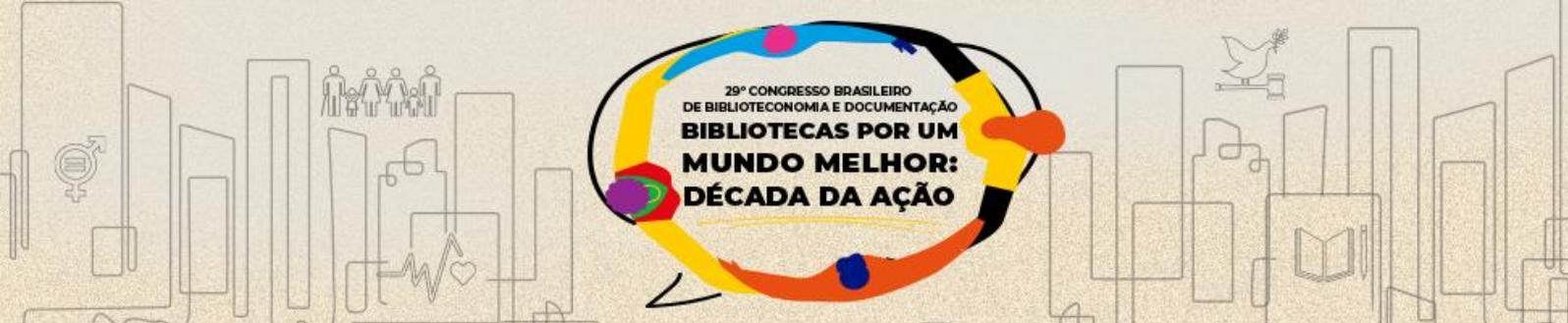
Destaca-se que esta pesquisa se encontra em curso. Desse modo, continuaremos a coleta de dados durante o mês de setembro de 2022, mesmo que até a presente data já alcançamos 50% do nosso público-alvo. Continuaremos com o nosso percurso investigativo, dada a relevância do estudo em pauta, pois a nossa meta é alcançar 100% dos nossos respondentes.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, W. S. **A dimensão comunicativa da gestão da informação no contexto das mídias sociais de bibliotecas universitárias**. 2021. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Programa de Pós- Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/20414>. Acesso em: 30 maio 2022.

ARAÚJO, W. S.; PINHO NETO, J. A. S.; FREIRE, G. H. A. O uso das mídias sociais pelas bibliotecas universitárias com foco no marketing de relacionamento. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, Florianópolis, v. 21, n. 47, p. 2- 15, set./dez., 2016. DOI: 10.5007/1518-2924.2016v21n47p2. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/34443>. Acesso em: 30 ago. 2022.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2014.



CORRÊA, M. V. ; VANZ, S. A. S. A comunicação científica no contexto dos sites de redes sociais acadêmicas. *In*: ROSÁRIO, N. M. do ; SILVA, A. R. da (org.). **Pesquisa, comunicação, informação**. Porto Alegre: Sulina, 2016. p. 47-70.

CRUZ, R. C. Redes sociais virtuais: premissas teóricas ao estudo em Ciência da Informação. **Transinformação**, Campinas, v. 22, n. 3, p. 255-272, set./dez. 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tinf/a/BDY3rQxHXHJ79pXKHqFdgbC/?lang=pt> Acesso em: 30 maio de 2022.

LUBISCO, N. M. L. Bibliotecas universitárias, seus serviços e produtos: transposição de um modelo teórico de avaliação para um instrumento operacional. **Relatório de pesquisa desenvolvida durante estágio pós-doutoral, na Universidad de Salamanca (ES)**. Salamanca: Espanha, 2014. Disponível em: [https://www.brapci.inf.br/\\_repositorio/2016/11/pdf\\_d3d73dd9c4\\_0000021464.pdf](https://www.brapci.inf.br/_repositorio/2016/11/pdf_d3d73dd9c4_0000021464.pdf) Acesso em: 30 maio 2022.

SIQUEIRA, J. C. Pensando o serviço de referência: a possibilidade virtual. **Ponto de Acesso**, v. 4, n. 2, p. 116-130, set. 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/4238> Acesso em: 30 maio 2022.