



O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO AMBIENTE UNIVERSITÁRIO:
um estudo com usuários e bibliotecários brasileiros

Cláudia Regina dos Anjos – Universidade Federal do Rio de Janeiro

RESUMO: O trabalho baseou-se em técnicas de observação e de entrevistas para averiguar a percepção de bibliotecários e usuários na utilização das mídias no contexto das bibliotecas acadêmicas.

OBJETIVO GERAL: Reunir informações sobre adoção das mídias sociais pelas BUs através da percepção dos bibliotecários e dos usuários/clientes.

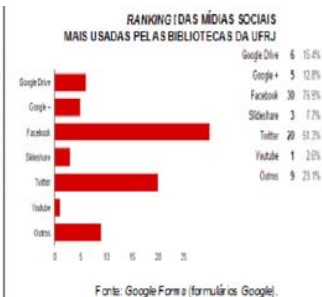
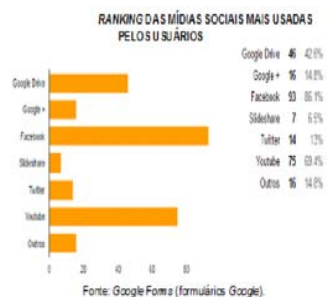
METODOLOGIA: O estudo utilizou-se de uma pesquisa descritiva:

População-alvo (A) - usuários/clientes - informada do questionário através de uma postagem na página do *Facebook* da Biblioteca do IPPUR/UFRJ. **O desenho amostral foi constituído por 108 entrevistados.**

População-alvo (B) - bibliotecários - informada do questionário por meio de um e-mail na lista de discussão institucional. **A amostra foi constituída por 44 bibliotecários.**

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

MÍDIAS SOCIAIS - Liderança clara do *Facebook*, que tem uma penetração superior às outras ferramentas sociais se consolida, nas bibliotecas acadêmicas, como peça central em termos de *ferramenta* de comunicação digital e difusão de conteúdos. Pelo estudo emergem também outras ferramentas sociais: a ferramenta de compartilhamento de vídeos *Youtube* e o serviço de armazenamento em nuvem *Google Drive*. Nesse contexto, aconselha-se a intensificação de ações nestes canais que parecem ser bem aceitas pela comunidade universitária.



PERFIL DOS USUÁRIOS - A maioria dos questionários respondidos adveio de pessoas que possui vínculo com a Universidade (81,5%). Os estudantes universitários representam o maior grupo (49,1%). O segundo grupo mais representativo foi o grupo dos “*sem vínculo com a UFRJ*” (18,5%). Isso demonstra a amplitude do alcance que a inserção das bibliotecas acadêmicas no universo das mídias sociais, pois permite que estas organizações atuem também como centros de ação cultural e educacional permanentes tornando-as fonte de informação para populações que estão à margem do cenário universitário.

FORMA DE CONEXÃO COM AS MÍDIAS SOCIAIS - O principal local de conexão para as mídias sociais é o *exponente incontestável* da *Internet* móvel, o *Smartphone*. Este dispositivo atualmente já compete em pé de igualdade com o computador portátil (*Notebooks* - 75,9%) e com o PC/Desktops (computador de mesa - 63%). Desta forma, o acesso a *Web* é mais frequente em terminais móveis. Essa constatação permite afirmar que é essencial que todas as bibliotecas e em especial, as acadêmicas atuem para essa demanda.

IDENTIFICAÇÃO DA DEMANDA DOS BIBLIOTECÁRIOS RESPONDENTES - 76,7% dos profissionais sinalizaram dificuldades com relação a medição do trabalho das bibliotecas nos meios de comunicação digital e declaram não estar habilitados para avaliar a presença de suas bibliotecas nas mídias sociais. É conveniente ressaltar que é essencial elaborar uma metodologia simples para nortear os profissionais da informação como medir o desempenho de suas ações nos meios de comunicação social, a fim de valorizar o esforço e resultados.

IDENTIFICAÇÃO DA DEMANDA DOS USUÁRIOS RESPONDENTES - Dentre as respostas descobrimos que: 33% comentaram que:

- ❖ as mídias sociais proporcionam maior interação entre bibliotecas e usuários;
- ❖ desejam obter informações sobre eventos (palestras, seminários, etc.) seja na instituição ou fora dela, além informações veiculadas nas grandes mídias;
- ❖ acreditam que as bibliotecas deveriam divulgar as novas aquisições além de disponibilizar acervos digitais;
- ❖ querem obter procedimentos de rotina como: renovação, empréstimos, etc. e também os manuais para configuração de documentos acadêmicos.