



Biblioteconomia e os **Ambientes de **Informação****

**Guilhermina de Melo Terra
(Organizadora)**

 **Atena**
Editora

Ano 2019

Guilhermina de Melo Terra
(Organizadora)

Biblioteconomia e os Ambientes de Informação

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora

Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Lorena Prestes
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof^a Dr^a Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof.^a Dr.^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof.^a Dr.^a Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof.^a Dr.^a Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.^a Dr.^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof.^a Dr.^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof.^a Dr.^a Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof.^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
B582	<p>Biblioteconomia e os ambientes de informação [recurso eletrônico] / Organizadora Guilhermina de Melo Terra. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Biblioteconomia e os Ambientes de Informação; v. 1)</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-341-5 DOI 10.22533/at.ed.415192205</p> <p>1. Arquivologia. 2. Biblioteconomia – Pesquisa – Brasil. 3. Ciência da informação. I. Terra, Guilhermina de Melo. II. Série. CDD 020.981</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Biblioteconomia e os Ambientes da Informação”, editada pela Atena Editora compreender uma série, constituída por dois volumes, cujas temáticas encontram-se ligadas à área da Ciência da Informação. Esta área, compreende um campo interdisciplinar, voltado para o processo de “[...] análise, coleta, classificação, manipulação, armazenamento, recuperação e disseminação da informação” (SILVA, 2015, p.1).

Nesta perspectiva, os capítulos que compõem este Volume 1, de forma benéfica, tratam acerca da aplicabilidade da informação, em diversos suportes, junto às organizações, de modo a melhor cumprirem sua missão organizacional, uma vez que os artigos versam sobre a ação da biblioteca, sobre a atuação dos profissionais que atuam nos mais variados espaços informacionais, sobre os processos técnicos e de automação a serem implantados nas bibliotecas e, por fim, sobre as inúmeras práticas desenvolvidas, exclusivamente, nas bibliotecas universitárias dos mais variados estados brasileiros.

No que se refere ao **Eixo “Ação da Biblioteca”**, este volume apresenta os primeiros quatro capítulos da obra, assim distribuídos: o primeiro capítulo, intitulado “A atuação da biblioteca especializada na divulgação e democratização da ciência” apresenta as ações da biblioteca do Instituto do Cérebro da UFRN, frente à divulgação das ações voltadas para o acesso à informação de forma democratizada. O segundo capítulo, denominado “A biblioclastia no início do século XXI: faces de uma tragédia” visa tratar do quadro de destruição dos acervos das bibliotecas escolares de vários países da Ásia, em decorrência de fenômenos naturais e humanos. Intitulado “A biblioteca Semente Social como *lócus* de memória, identidade e cultura da área Itaqui-Bacanga”, o terceiro capítulo trata sobre o papel social da Biblioteca Semente Social, em relação à memória, identidade e produção cultural de Itaqui-Bacanga. Fechando este primeiro eixo, temos o capítulo quarto, “A contribuição da biblioteca universitária para a informação científica de acesso aberto”, o qual apresenta a atuação da biblioteca universitária como facilitadora na divulgação de informações científicas, bem como apresenta as fontes de informação de acesso aberto da Universidade Federal do Ceará.

O **Eixo “Atuação Profissional”** é constituído, também, por quatro capítulos. Definido como capítulo cinco, o artigo “A gestão de documentos de imagens em movimento em emissoras de televisão: um estudo de caso”, investiga a atuação do bibliotecário, frente ao acervo constituído por imagens em movimento, pertencente a uma rede de televisão do estado de Minas Gerais/Brasil. O sexto capítulo, “Biblioteca Pública Infantil de Sergipe: uma experiência com projetos de incentivo à leitura a partir da primeira infância”, apresenta as atividades voltadas para o incentivo à leitura, desenvolvidas pelos profissionais, junto ao público infante-juvenil e adulto, ao espaço da biblioteca em tela. Intitulado “ONG para crianças e adolescentes: a experiência

de atuação de um estudante de Biblioteconomia”, o sétimo capítulo visa relatar a experiência vivida por um discente do Curso de Biblioteconomia, junto às ações práticas desenvolvidas com as crianças e adolescentes que frequentam uma ONG do estado de São Paulo/Brasil. Por fim, o capítulo oitavo, denominado “Satisfação do bibliotecário de trabalhar em biblioteca escolar” pretende diagnosticar o nível de satisfação dos bibliotecários que atuam nas bibliotecas escolares das redes pública e privado do Espírito Santo/Brasil.

Para compor o **Eixo “Processo Técnico”**, o capítulo nono, definido como “A viabilidade da metodologia de Sara Shatford para a indexação de fotografias: o acervo fotográfico da Escola de Música da UFRN”, trata dos resultados do estudo voltado para a aplicabilidade da metodologia Sara Shatford durante o processo de indexação das fotografias pertencentes ao acervo da Escola de Música do UFRN, enquanto que o décimo capítulo, definido como “Sistema de classificação do conhecimento jurídico em artigos científicos da Ciência da Informação” apresenta os resultados do estudo acerca da definição do número de classificação que recebem as obras que tratam da temática jurídica, tomando por base a Classificação Decimal de Direito (CDDir).

Entre os capítulos décimo primeiro e décimo quarto temos os artigos que tratam do **Eixo “Automação de Biblioteca”**. Assim, o décimo primeiro capítulo, “A prática de ensino e a gestão de automação de Unidades de Informação” objetiva apresentar os procedimentos referentes à elaboração de um plano diretor de informática para a Biblioteca Pública Municipal do Paço do Lumias, localizada no estado do Maranhão/Brasil. Intitulado “Avanço das novas tecnologias e uso em nuvens aplicáveis às bibliotecas”, o capítulo décimo segundo, trata da aplicabilidade do ambiente web e dos serviços em nuvens para o armazenamento do acervo das bibliotecas, em prol da satisfação dos seus usuários. O décimo terceiro capítulo, denominado “Digitalização e disponibilização *online* da coleção de jornais ituanos do Museu Republicano Convenção de Itu (MRCI-MP/USP)” relata o processo de digitalização do acervo da Biblioteca do Museu Republicano Convenção de Itu. Finalizando este eixo, o décimo quarto capítulo, “Informatização das bibliotecas do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA): sistema Pergamun, da concepção à ação”, trata das etapas de implantação do processo de automação das bibliotecas do IFPA.

Fechando este Volume 1, o **Eixo “Biblioteca Universitária”** é formado por dez artigos. Posto isto, o capítulo décimo quinto, “Biblioteca universitária e as redes sociais: interação e trocas na construção do conhecimento”, analisa o uso de blog e *facebook* como ferramenta de comunicação pela Biblioteca da Unifesp – Campo Osasco. O capítulo décimo sexto, “Biblioteca universitária inclusiva: rompendo a invisibilidade da acessibilidade para os usuários com deficiência ou limitação”, aborda sobre a necessidade da biblioteca universitária está pronta a atender todos os usuários de forma isonômica, necessitando, portanto, apresentar condições de acessibilidade aos usuários com deficiência ou limitação. Definido como “Educação universitária e livro eletrônico para atingir as metas da Federação Internacional de Associação de

Bibliotecários e Bibliotecas (IFLA): reflexões”, o décimo sétimo capítulo aborda sobre a autorização da inclusão de obras digitais nos acervos das bibliotecas universitárias, bem como na bibliografia complementar das disciplinas dos cursos superiores. O capítulo décimo oitavo é intitulado “A importância da sinalização para as bibliotecas universitárias: um estudo sobre a sinalização da Faculdade La Salle – Manaus/AM”, visa verificar se a sinalização apresentada pela biblioteca da Faculdade La Salle – Manaus permite aos usuários a satisfação informacional. Com o título “Galinha quando põe canta. Biblioteca quando faz divulga? a importância do marketing na biblioteca universitária”, o décimo nono capítulo visa apresentar a necessidade das bibliotecas universitárias adotarem o marketing como ferramenta para a divulgação de seus serviços e fidelização de seus usuários. Em relação ao vigésimo capítulo, denominado “Indicadores de eficiência no consumo de energia elétrica em bibliotecas universitárias”, objetiva apresentar a experiência aplicada na Biblioteca de Ciências da Saúde da universidade Federal do Ceará, junto à rotina da biblioteca, com vistas ao uso eficiente da energia elétrica, a partir dos princípios da sustentabilidade. O vigésimo primeiro capítulo, “O estudo do usuário e a aplicação de estratégias do marketing em bibliotecas universitárias”, visa discutir acerca da importância da aplicabilidade do marketing em bibliotecas universitárias para seu funcionamento e fidelização de usuários. O capítulo vigésimo segundo, denominado “O uso da Teoria do Conceito para categorização documental e representação da memória na microbiologia como área do saber da UFRJ”, apresenta o resgate da memória da área de Microbiologia, a partir do acervo da Biblioteca do Instituto de Microbiologia da UFRJ, a partir da Teoria do Conceito. Já o vigésimo terceiro capítulo, pretende com o título “Produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca Central Prof. Clodoaldo Beckmann da UFPA: o que pensam os usuários?”, analisa os resultados acerca dos produtos e serviços oferecidos pela Biblioteca Central Prof. Clodoaldo Beckmann da UFPA. Por fim, o capítulo vigésimo quarto, objetiva apresentar as ações utilizadas pela biblioteca da Universidade Federal do Ceará, a fim de divulgar seus produtos e serviços, por meio do *facebook*, com o título “‘Você sabia’ que é possível divulgar bens e serviços da biblioteca universitária por meio da comunicação visual?”.

Como se pode notar, este primeiro volume encontra-se recheado de reflexões capazes de contribuir para uma sólida discussão acerca da prática biblioteconômica. Por esta razão, em nome da Atena Editora, ao mesmo tempo em que agradecemos aos autores pela contribuição, desejamos aos leitores uma excelente leitura.

Guilhermina de Melo Terra

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A ATUAÇÃO DA BIBLIOTECA ESPECIALIZADA NA DIVULGAÇÃO E DEMOCRATIZAÇÃO DA CIÊNCIA	
Débora Costa Araújo di Giacomo Koshiyama Ismael Soares Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.4151922051	
CAPÍTULO 2	11
A BIBLIOTECOLOGIA NO INÍCIO DO SÉCULO XXI: FACES DE UMA TRAGÉDIA	
Josiel Machado Santos	
DOI 10.22533/at.ed.4151922052	
CAPÍTULO 3	22
A BIBLIOTECA SEMENTE SOCIAL COMO <i>LÓCUS</i> DE MEMÓRIA, IDENTIDADE E CULTURA DA ÁREA ITAQUI-BACANGA	
Valdirene Pereira da Conceição Maurício José Morais Costa	
DOI 10.22533/at.ed.4151922053	
CAPÍTULO 4	34
A CONTRIBUIÇÃO DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA PARA A INFORMAÇÃO CIENTÍFICA DE ACESSO ABERTO	
Maria Naires Alves de Souza Rosane Maria Costa	
DOI 10.22533/at.ed.4151922054	
CAPÍTULO 5	50
A GESTÃO DE DOCUMENTOS DE IMAGENS EM MOVIMENTO EM EMISSORAS DE TELEVISÃO: UM ESTUDO DE CASO	
Alessandro Ferreira Costa Aline de Queiroz Lopes	
DOI 10.22533/at.ed.4151922055	
CAPÍTULO 6	62
BIBLIOTECA PÚBLICA INFANTIL DE SERGIPE: UMA EXPERIÊNCIA COM PROJETOS DE INCENTIVO À LEITURA A PARTIR DA PRIMEIRA INFÂNCIA	
Claudia Teresinha Stocker	
DOI 10.22533/at.ed.4151922056	
CAPÍTULO 7	71
ONG PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES: A EXPERIÊNCIA DE ATUAÇÃO DE UM ESTUDANTE DE BIBLIOTECOLOGIA	
Edmilson Alves dos Santos Júnior Claudio Marcondes Castro Filho Paulo Rogério Gonçalves Dantas	
DOI 10.22533/at.ed.4151922057	

CAPÍTULO 8	75
SATISFAÇÃO DO BIBLIOTECÁRIO DE TRABALHAR EM BIBLIOTECA ESCOLAR	
Gleice Pereira Patrícia Nogueira Rodrigues Sobrinho	
DOI 10.22533/at.ed.4151922058	
CAPÍTULO 9	87
A VIABILIDADE DA METODOLOGIA DE SARA SHATFORD PARA A INDEXAÇÃO DE FOTOGRAFIAS: O ACERVO FOTOGRÁFICO DA ESCOLA DE MÚSICA DA UFRN	
Martina Luciana Souza Brizolara Carla Beatriz Marques Felipe	
DOI 10.22533/at.ed.4151922059	
CAPÍTULO 10	100
SISTEMA DE CLASSIFICAÇÃO DO CONHECIMENTO JURÍDICO EM ARTIGOS CIENTÍFICOS DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	
Paulo Rogério Gonçalves Dantas Edmilson Alves dos Santos Júnior Deise Maria Antonio Sabbag	
DOI 10.22533/at.ed.41519220510	
CAPÍTULO 11	108
A PRÁTICA DE ENSINO E A GESTÃO DE AUTOMAÇÃO DE UNIDADES DE INFORMAÇÃO	
Cenidalva Miranda de Sousa Teixeira Raimunda Ramos Marinho	
DOI 10.22533/at.ed.41519220511	
CAPÍTULO 12	119
AVANÇO DAS NOVAS TECNOLOGIAS E USO EM NÚVENS APLICÁVEIS ÀS BIBLIOTECAS	
Marcos Luiz Mucheroni José Fernando Modesto da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.41519220512	
CAPÍTULO 13	133
DIGITALIZAÇÃO E DISPONIBILIZAÇÃO ONLINE DA COLEÇÃO DE JORNAIS ITUANOS DO MUSEU REPUBLICANO “CONVENÇÃO DE ITU” (MRCI-MP/USP)	
José Renato Margarido Galvão	
DOI 10.22533/at.ed.41519220513	
CAPÍTULO 14	140
INFORMATIZAÇÃO DAS BIBLIOTECAS DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PARÁ (IFPA): SISTEMA PERGAMUM, DA CONCEPÇÃO À AÇÃO	
Adélia de Moraes Pinto Gisela Fernanda Monteiro Danin Doris Campos Mendonça	
DOI 10.22533/at.ed.41519220514	

CAPÍTULO 15	151
BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA E AS REDES SOCIAIS: INTERAÇÃO E TROCAS NA CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO	
Andreas Leber Elaine Hipólito dos Santos Costa Maria Rosa Carnicelli Kushnir Maria Cláudia Ferreira Barbaresco	
DOI 10.22533/at.ed.41519220515	
CAPÍTULO 16	162
BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA INCLUSIVA: ROMPENDO A INVISIBILIDADE DA ACESSIBILIDADE PARA OS USUÁRIOS COM DEFICIÊNCIA OU LIMITAÇÃO	
Isabel Cristina dos Santos Diniz Ana Margarida Almeida Cassia Furtado	
DOI 10.22533/at.ed.41519220516	
CAPÍTULO 17	180
EDUCAÇÃO UNIVERSITÁRIA E LIVRO ELETRÔNICO PARA ATINGIR AS METAS DA FEDERAÇÃO INTERNACIONAL DE ASSOCIAÇÃO DE BIBLIOTECÁRIOS E BIBLIOTECAS (IFLA) : REFLEXÕES	
Solange Ribeiro Viegas Iransy Gomes Barros Andreia Dutra Fraguas Cila Verginia Da Silva Borges	
DOI 10.22533/at.ed.41519220517	
CAPÍTULO 18	187
FACULDADE LA SALLE – MANAUS/AM: ESTUDO DE SUA SINALIZAÇÃO	
Gisele de Lima Nagai Ferreira Guilhermina de Melo Terra	
DOI 10.22533/at.ed.41519220518	
CAPÍTULO 19	202
GALINHA QUANDO PÕE CANTA. BIBLIOTECA QUANDO FAZ DIVULGA?: A MPORTÂNCIA DO MARKETING NA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA	
Clemilda Santana dos Reis de Jesus Gerusa Maria Teles de Oliveira Rejane Maria Rosa Ribeiro Maria de Fátima Jesus Moreira	
DOI 10.22533/at.ed.41519220519	
CAPÍTULO 20	206
INDICADORES DE EFICIÊNCIA NO CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS	
Raimundo Cezar Campos do Nascimento Rosane Maria Costa Valder Cavalcante Maia Mendonça	
DOI 10.22533/at.ed.41519220520	

CAPÍTULO 21	218
O ESTUDO DO USUÁRIO E A APLICAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DO MARKETING EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS	
Caroline Daniela Santos de Souza Debora Cristina Bonfim Aquarone Maria Daniela da Silva Barboza	
DOI 10.22533/at.ed.41519220521	
CAPÍTULO 22	231
O USO DA TEORIA DO CONCEITO PARA CATEGORIZAÇÃO DOCUMENTAL E REPRESENTAÇÃO DA MEMÓRIA NA MICROBIOLOGIA COMO ÁREA DO SABER DA UFRJ	
Ana Paula Alves Teixeira Daniele Masterson Ferreira Patrícia Mendes	
DOI 10.22533/at.ed.41519220522	
CAPÍTULO 23	241
PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS PELA BIBLIOTECA CENTRAL PROF. CLODOALDO BECKMANN DA UFPA: O QUE PENSAM OS USUÁRIOS?	
Elisangela Silva da Costa Suely Paraense Vidal	
DOI 10.22533/at.ed.41519220523	
CAPÍTULO 24	257
“VOCÊ SABIA” QUE É POSSÍVEL DIVULGAR BENS E SERVIÇOS DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA POR MEIO DA COMUNICAÇÃO VISUAL?	
Fabíola Maria Pereira Bezerra Francisco Jonatan Soares Diana Maria Flor de Lima Rifane Nirlange Pessoa de Queiroz Vasconcelos	
DOI 10.22533/at.ed.41519220524	
SOBRE A ORGANIZADORA.....	270

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

Fabiola Maria Pereira Bezerra

Universidade Federal do Ceará, Biblioteca
Universitária
Fortaleza, Ceará

Francisco Jonatan Soares

Universidade Federal do Ceará, Biblioteca
Universitária
Fortaleza, Ceará

Diana Maria Flor de Lima Rifane

Universidade Federal do Ceará, Biblioteca
Universitária
Fortaleza, Ceará

Nirlange Pessoa de Queiroz Vasconcelos

Universidade Federal do Ceará, Biblioteca
Universitária
Fortaleza, Ceará

RESUMO: Apresenta os resultados alcançados com a ação de comunicação visual adotada pela Biblioteca Universitária da Universidade Federal do Ceará denominada “Você Sabia?”, no período de abril de 2015 a abril de 2016. O novo serviço de disseminação da informação utiliza as mídias eletrônicas para destacar os produtos, serviços e conteúdos informativos disponibilizados pela biblioteca para a construção do conhecimento pela comunidade acadêmica, focalizando-se nesse estudo a veiculação de *posts* no Facebook. Destaca a imagem como meio de facilitar o entendimento da mensagem,

aliado a um conteúdo textual da comunicação elaborado na forma interrogativa para reforçar a intenção de estabelecer ou fortalecer as ligações com os usuários, na perspectiva da Educomunicação. O levantamento das métricas da rede social utilizada mostrou resultados satisfatórios, dada a grande visibilidade das postagens, que validou a ideia inicial do potencial redes sociais, cujo alcance é cada vez mais amplo, para divulgação dos *banners* digitais produzidos pelo Sistema de Bibliotecas e para intensificar a interação com os usuários. **PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação Visual. Educomunicação. Biblioteca Universitária.

ABSTRACT: Presents the results achieved with the action of visual communication adopted by the Biblioteca Universitária of Universidade Federal do Ceará (BU/UFC) called “Did You Know?”, from April 2015 to April 2016. The new information dissemination service uses electronic media to highlight products, services and informational content provided by the library for the construction of knowledge by the academic community, focusing this study the placement of posts on Facebook. Highlights the image as a means of facilitating the understanding of the message, with a textual content of the communication prepared in the interrogative form to reinforce the intention to establish or strengthen links with users in view

of Educommunication. The survey metrics of social network used showed satisfactory results, given the high profile of the posts, which validated the initial idea of the potential social networks whose scope is becoming wider, for dissemination of digital banners produced by BU/UFC and to intensify interaction with library users.

KEYWORDS: Visual communication. Educommunication. University Library.

1 | INTRODUÇÃO

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

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

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

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

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

2 | REVISÃO DE LITERATURA

2.1 A biblioteca universitária no contexto acadêmico

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

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

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

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

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

2.2 Comunicação Visual

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

Valentim (c2014) apresenta os seguintes conceitos:

- **Comunicação:** sistema de troca de mensagens que envolva pelo menos um emissor e outro, receptor.
- **Comunicação sonora:** comunicação que acontece por meio de sons e requer a percepção auditiva para sua recepção.

- **Comunicação tátil:** aquela que se dá, principalmente, por meio de símbolos gráficos com texturas diferenciadas ou em relevo ou pela emissão de impulsos vibratórios e requer a percepção tátil para sua recepção.
- **Comunicação visual:** comunicação que se dá por meio de imagens e requer a percepção visual para sua recepção.

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

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

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

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

2.3 Práticas educacionais

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

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

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

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

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

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

Na concepção de Sartori e Soares (2005), a Educomunicação abrange quatro

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

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

Nessa perspectiva, entende-se que no ambiente educacional é uma rica seara onde se pode estabelecer uma comunicação que seja instigante, criativa, expressiva e que fale a linguagem dos educandos; na qual se pode buscar estabelecer diálogo e cooperação visando conhecer e abordar os interesses e demandas dos mesmos, a fim de propiciar a geração de conhecimentos, novas visões, experiências e a transformação das atitudes.

2.4 Ferramentas de design gráfico

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

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

A plataforma do Canva é *online*, o que facilita o acesso em qualquer local, desde que conectado à Internet. Por meio do Canva, é possível acessar centenas de elementos e fontes gratuitos, o que amplia o universo de possibilidades na criação dos modelos de design, ou, selecionar, a partir da biblioteca do Canva, mais de 1 milhão

de fotos e figuras premium no valor de U\$1. Na elaboração dos *banners* da BU/UFC, todas as imagens e recursos gráficos utilizados foram gratuitos.

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

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

3 | MATERIAIS E MÉTODOS

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

O trabalho é de natureza descritiva, relata a experiência vivida na BU/UFC com o uso da comunicação visual, assim como é de natureza exploratória, à medida em que utiliza as métricas disponibilizadas no *Facebook Insight* para analisar e quantificar o engajamento dessa ação junto à comunidade universitária. O período de cobertura da pesquisa é de abril de 2015 a abril de 2016.

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

A princípio foi elaborada uma lista com os assuntos a serem divulgados, sendo eles: funcionamento da Biblioteca de Humanidades e da Biblioteca de Ciências e Tecnologia aos sábados; catalogação na publicação; Guia de Normalização da UFC; treinamentos; renovação on line; recebimento de TCC, teses e dissertações em formato eletrônico; Missão da BU; Repositório Institucional; Visão da BU; Valores da BU; Normas ABNT; Libras; Uso do sistema Pergamum por meio dos dispositivos móveis (*tablets* e

smartphones); Ficha catalográfica; Como acessar o Portal da Capes acesso fora da universidade para a comunidade acadêmica; Empréstimo Quantidade de livros e prazo para devolução; Nada consta; Cuidados com os Livros. Definidos os assuntos iniciais, o passo seguinte foi planejar o modelo a ser utilizado na divulgação; posteriormente outros assuntos foram sendo acrescentados, baseados na retroalimentação envolvida nos processos de comunicação estabelecidos.

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

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

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

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



Figura 3 – Gerenciador de anúncios Publicações do *Facebook*

Fonte: *Fan Page* da Biblioteca Universitária no *Facebook*

4 | RESULTADOS PARCIAIS/FINAIS

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

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

Nesse mesmo sentido, Aguiar (2012) corrobora quando afirma que a *Web 2.0* é uma “nova geração de ferramentas na Internet que possibilitam a comunicação, a socialização, a interação, a colaboração, a participação, a criação e o compartilhamentos

de conteúdos”, o que levou a estar presente de forma intensiva na vida e no cotidiano das pessoas. Dentro dessa perspectiva, justificase cada vez mais a utilização das ferramentas da *Web 2.0* pelas Bibliotecas Universitárias, à medida que facilitam a relação biblioteca x usuário. Aguiar (2012) destaca ainda que, dentre as ferramentas oferecidas na *Web 2.0*, a rede social é a que melhor pode ser aproveitada pelas bibliotecas universitárias, “por sua popularidade entre usuários e suas características”.

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

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

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

Pessoas Alcançadas	Curtidas	Compartilhamentos	Comentários
90.868	845	643	50

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

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

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

Observouse ainda que o banner que apresentou maior engajamento, curiosamente, abordou um assunto que a princípio parecia de conhecimento de todos, ou seja, que as bibliotecas do sistema estão disponíveis para consulta local para o público em geral, conforme ilustrado anteriormente na Figura 3, resultando em 70.401 pessoas alcançadas, 435 curtidas, 525 compartilhamentos e 34 comentários. Esse assunto entrou em pauta em virtude de uma série de telefonemas recebidos pelo sistema. Dentre os comentários manifestados podemos citar: “Tô pra ir todo dia”; “Ai que tudo!

Todos merecem mesmo!” ; “Eu pelo menos não sabia que podia” ; “Muito massa” ; “Quando é mesmo que vamos? Agora?” ; “Vou quase me sentir uma estudante lá”. Além do feedback na rede social, podemos citar um email recebido de uma docente da UFC: “ Parabéns aos colegas, por mais essa ação. Sucessos mais”.

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

5 | CONSIDERAÇÕES PARCIAIS/FINAIS

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

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

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

Quanto à atuação do bibliotecário, aos papéis já tradicionais de intermediário e mediador da informação, como sabemos, está sendo exigida a incorporação de novas posturas, o que significa assumir responsabilidades mais complexas, em função

das transformações na sociedade dinâmica na qual estamos inseridos. Assim, novas competências são requeridas, tais como a gestão comunicacional, cujo exercício buscou exercitar com a concepção e implementação do “Você Sabia?”.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Giseli Adornato de. **Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP**. 2012. 184f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2012. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde03122012160409/ptbr.php>>. Acesso em: 19 abr. 2016.

BELLUZZO, Regina Célia Baptista. Formação contínua de professores do ensino fundamental sob a ótica do desenvolvimento da information literacy, competência indispensável ao acesso à informação e geração do conhecimento. **Transinformação**, Campinas, v. 16, n. 1, p. 1732, abr. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010337862004000100002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 14 abr. 2016.

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

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

SOARES, Ismar de Oliveira. Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. **Comunicação & Educação**, Brasil, n. 23, p. 1625, abr. 2002. ISSN 01046829. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comeduc/article/view/37012/39734>>. Acesso em: 18 abr. 2016.

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

SOBRE A ORGANIZADORA

GUILHERMINA DE MELO TERRA Com Pós-doutorado em Museologia, pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto (Portugal), Doutorado em Museologia, pela mesma Faculdade, Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia, pela Universidade Federal do Amazonas, Especialista em Docência do Ensino Superior, pela Universidade Católica Dom Bosco e Graduação em Biblioteconomia, pela Universidade Federal do Amazonas, Guilhermina Terra é professora Adjunta da Universidade Federal do Amazonas. Lotada no Colegiado de Biblioteconomia da Faculdade de Informação e Comunicação, atua tanto na graduação, quanto na pós-graduação. Membro aderente do MINON Internacional e ICOM-PT, bem como integra dois grupos de pesquisa, sendo um intitulado Grupo de Pesquisa CRISOL - Pesquisas e Estudos Culturais: Patrimônio & Memória, pela Universidade Federal do Maranhão, junto à Linha de Pesquisa Nova Museologia e Ecomuseus e o segundo grupo é intitulado Grupo de Estudo e Pesquisa em Ciência da Informação, pela Universidade Federal do Amazonas, sendo que se encontra em tramitação a criação do seu próprio Grupo de Pesquisa. Durante sua trajetória, a professora atuou como coordenadora do primeiro Curso de Especialização em Museologia da região Norte, oferecido pela Universidade Federal do Amazonas, no período de 2006 a 2007, bem como é membro do Conselho Editorial da Revista Analisando em Ciência da Informação – RACIN.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-341-5

