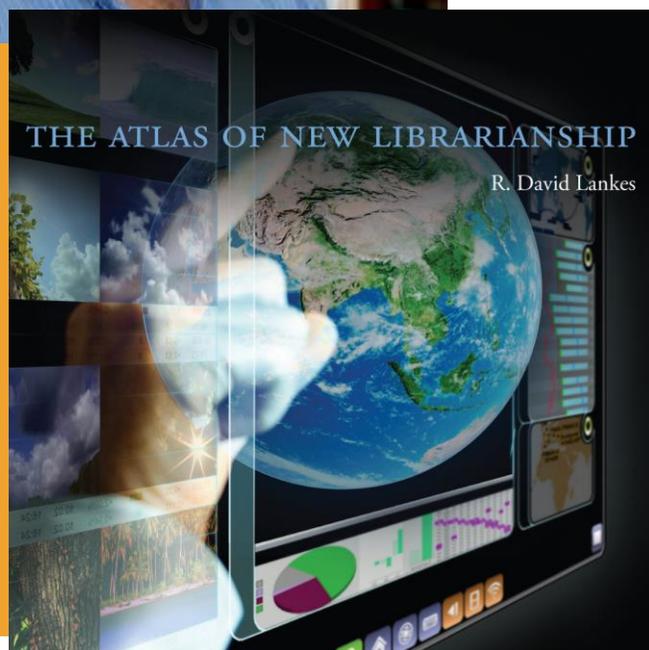


# Redes sociais e bibliotecas: adapte-se ou fique fora do jogo



**Thiago Giordano Siqueira**  
Bibliotecário CRB 11/878





“Em última análise, o futuro das bibliotecas não é determinado pelas tecnologias que são desenvolvidas ou implantadas. Não está em um valor definido há um século. Está em nossa própria capacidade humana construir confiança com nossas comunidades. ”

• David R. Lankes



Por que as bibliotecas  
devem se preocupar  
com as redes sociais?

- Redes sociais já fazem parte da vida de 2,46 bilhões de pessoas
- **1/3 da população mundial já se logaram em sites redes sociais (Facebook, Twitter, etc.) pelo menos uma vez por mês em 2017**
- **Para 2021, a estimativa do eMarketer é ter 3,02 bilhões de pessoas em redes sociais globalmente.**



MARCELLO CASAL JR./Agência Brasil



Geral

# Celular se torna principal forma de acesso à internet no Brasil

Publicado em 24/07/2018 - 21:21 Por Jonas Valente - Repórter Agência Brasil 📍 Brasília

A conexão à internet somente pelo celular se tornou a forma mais comum de navegar

**Fonte:** Agência Brasil. Disponível em:  
<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/celular-se-torna-principal-forma-de-acesso-internet-no-brasil>



Tomaz Silva/Agência Brasil/Agência Brasil



Geral

## Metade da população consome música e vídeo pela internet, diz pesquisa

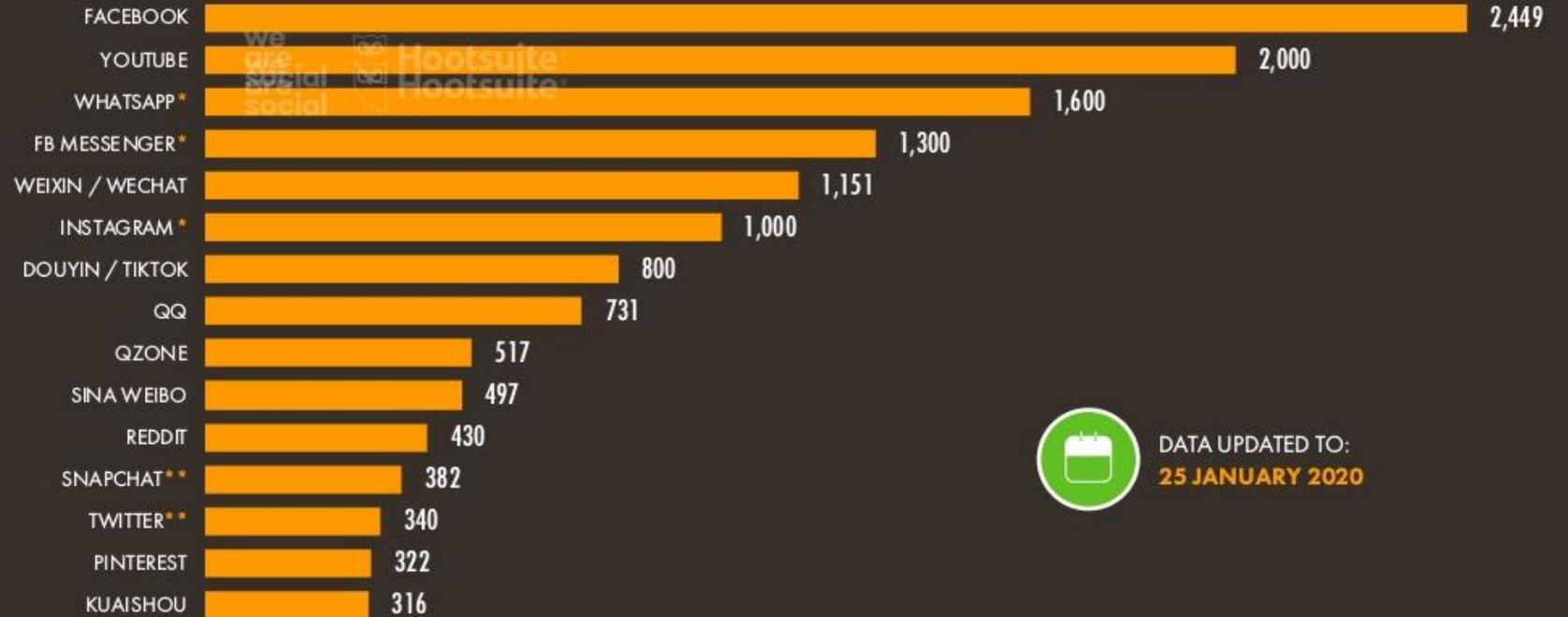
Publicado em 05/11/2018 - 20:33 Por Jonas Valente - Repórter Agência Brasil 📍 Goiânia

**Fonte:** Agência Brasil. Disponível em:  
<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-11/metade-da-populacao-consome-musica-e-video-pela-internet-diz-pesquisa>

JAN  
2020

## THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

BASED ON MONTHLY ACTIVE USERS, ACTIVE USER ACCOUNTS, ADVERTISING AUDIENCES, OR UNIQUE MONTHLY VISITORS (IN MILLIONS)



DATA UPDATED TO:  
25 JANUARY 2020

JAN  
2020

# TOP MESSENGER APPS AROUND THE WORLD

THE MOST ACTIVE MESSENGER APP\* IN EACH COUNTRY OR TERRITORY IN DECEMBER 2019



JAN  
2020

## DEVICE OWNERSHIP

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO OWN EACH KIND OF DEVICE



BRAZIL

MOBILE PHONE  
(ANY TYPE)



96%



SMART  
PHONE



94%



NON-SMARTPHONE  
MOBILE PHONE



12%



LAPTOP OR DESKTOP  
COMPUTER



73%



TABLET  
DEVICE



38%

DEVICE FOR STREAMING TV  
CONTENT OVER THE INTERNET



20%



GAMES  
CONSOLE



36%



SMART HOME  
DEVICE



4.4%



SMART WATCH  
OR WRISTBAND



11%



VIRTUAL  
REALITY DEVICE

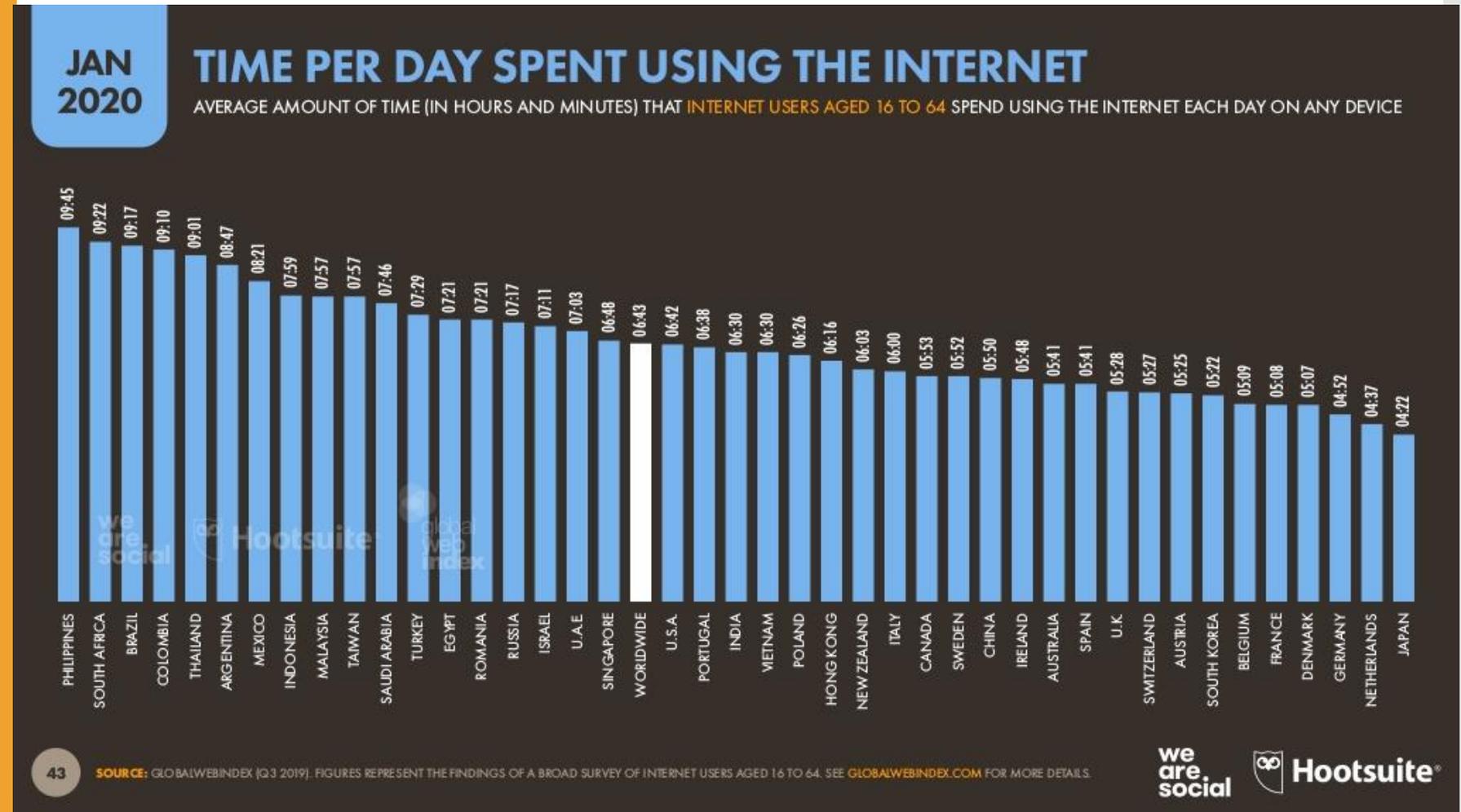


3.6%

Brasileiros gastam em média, **9h17** todos os dias (2020)

**9h14** todos os dias (2018)

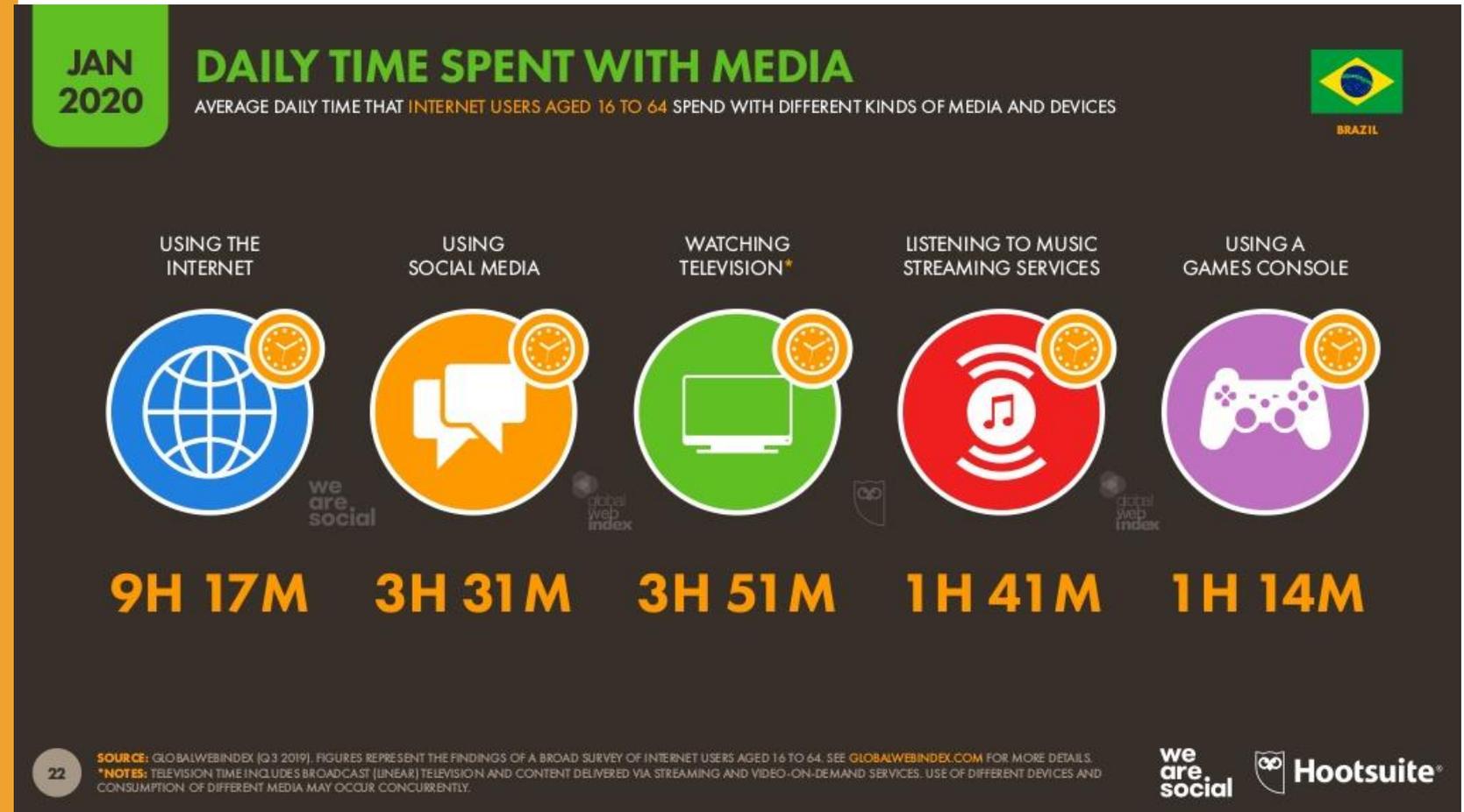
O Brasil é o terceiro país que mais fica online.



Fonte: We Are Social 2020.

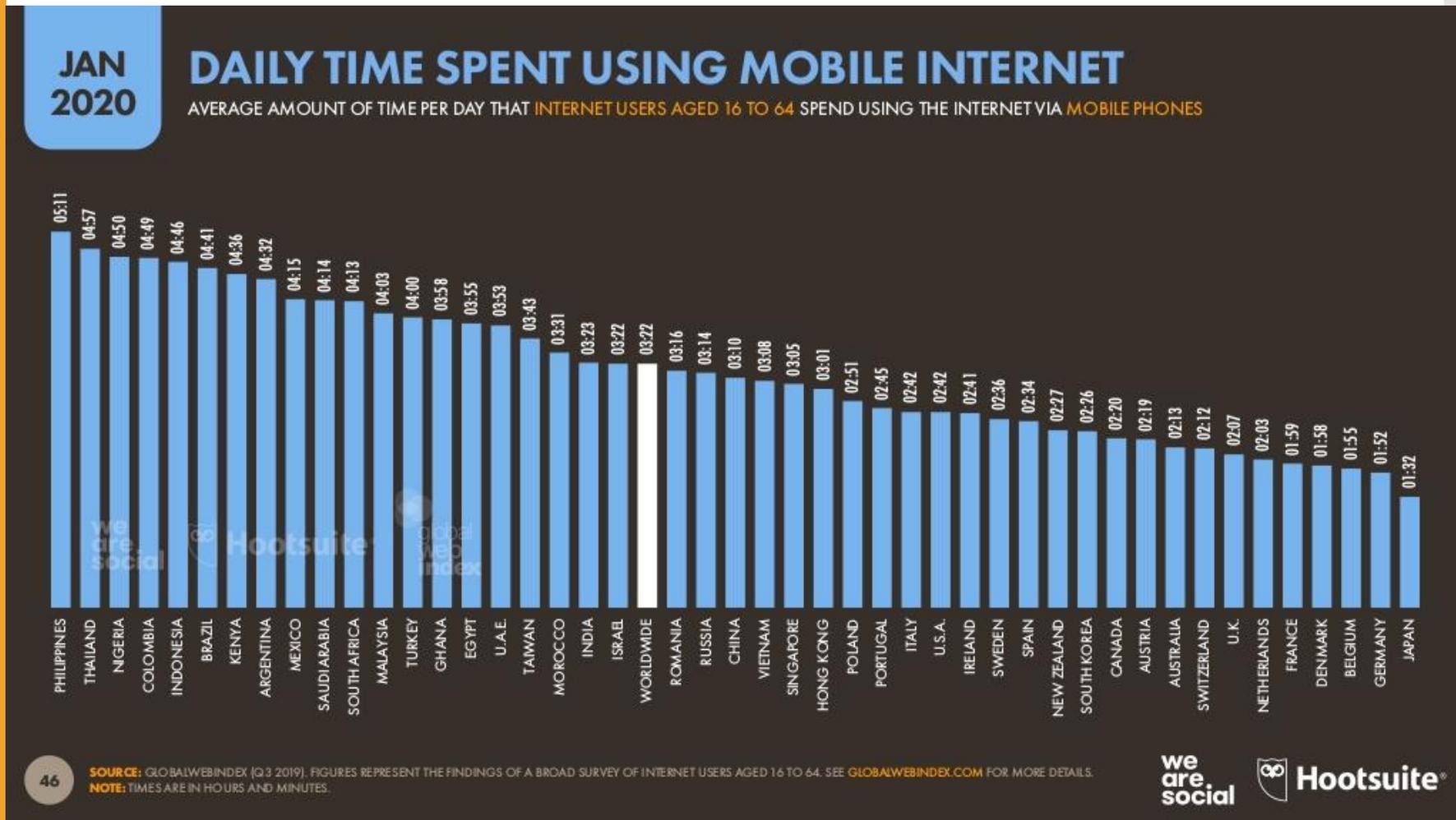
Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>

O que  
consomem

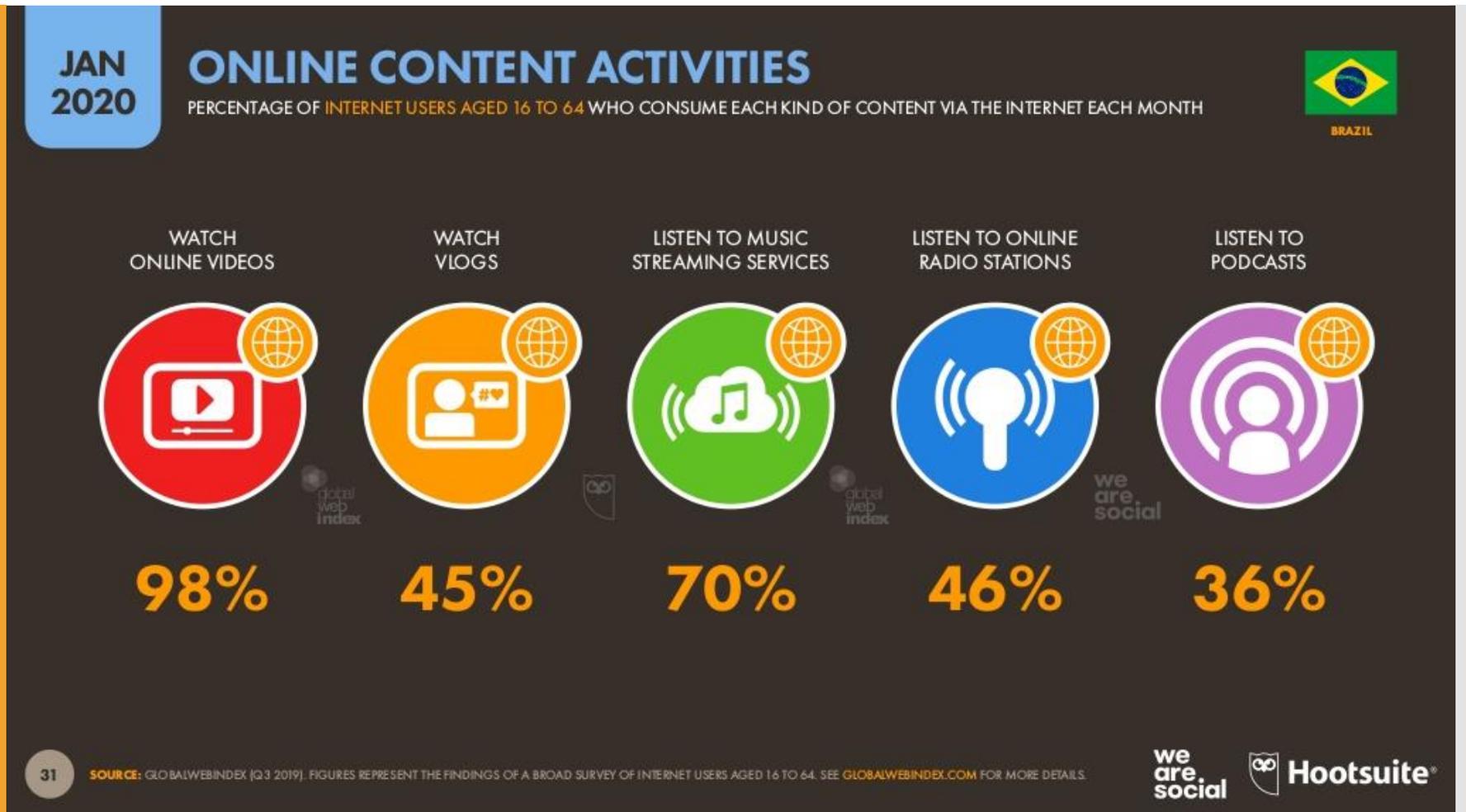


Uso diário da internet no celular: 04h41m.

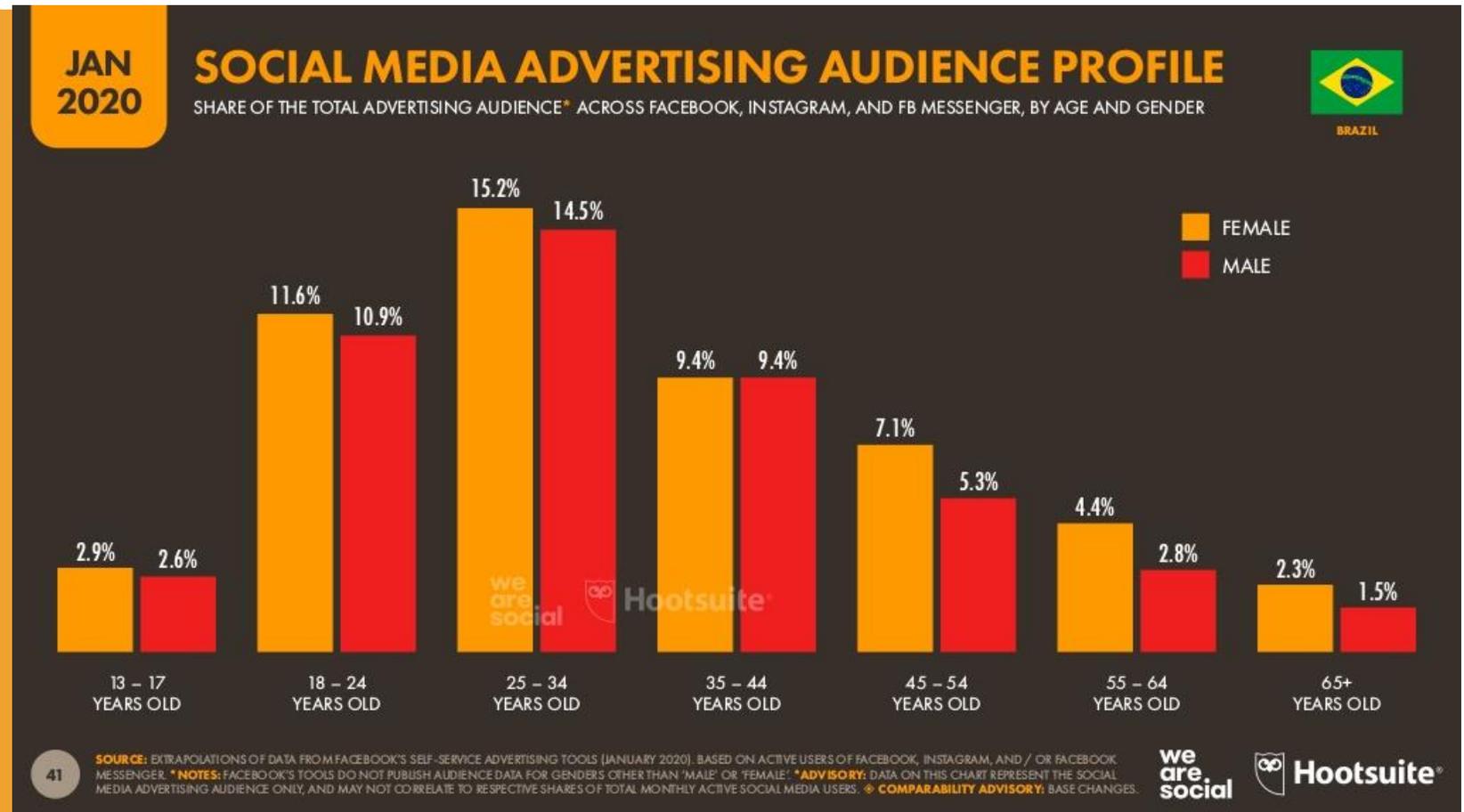
6º lugar mundial



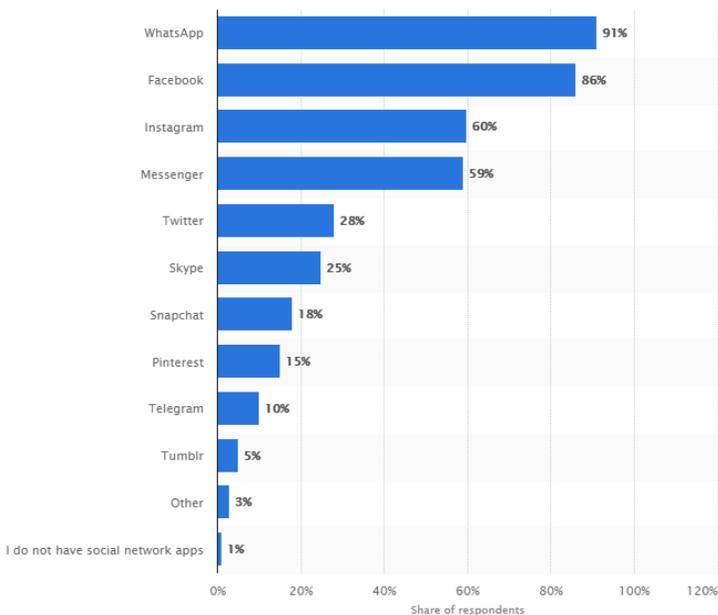
Tipo de conteúdo/ interação realizada no período



# Perfil dos usuários de mídias sociais



### Which social network app do you use?



Fonte: Statista. Disponível em:  
<https://www.statista.com/statistics/746969/most-popular-social-network-apps-brazil/>

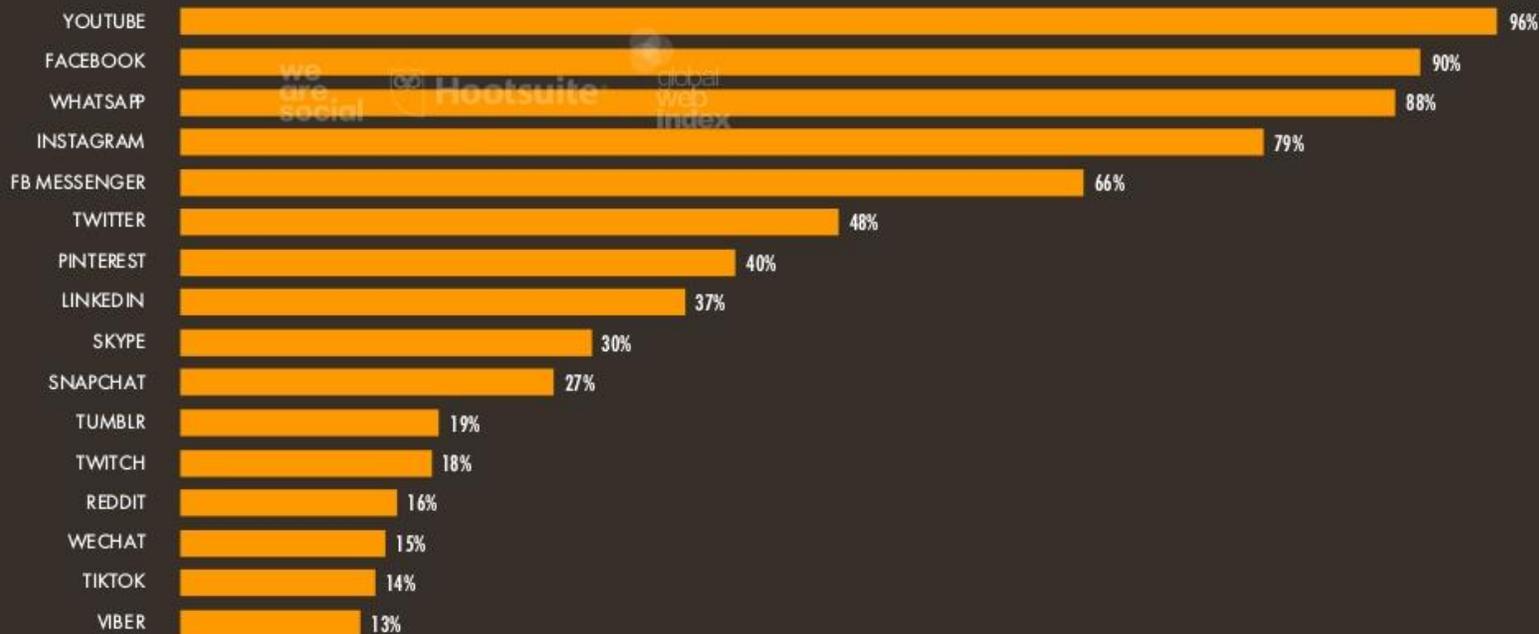
JAN 2020

## MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO REPORT USING EACH PLATFORM IN THE PAST MONTH



BRAZIL



43

SOURCE: GLOBALWEBINDEX (Q3 2019). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GLOBALWEBINDEX.COM](https://www.globalwebindex.com) FOR MORE DETAILS.  
NOTE: FIGURES ARE BASED ON INTERNET USERS' SELF-REPORTED BEHAVIOUR, AND MAY NOT MATCH THE MONTHLY ACTIVE USER FIGURES OR ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCE REACH FIGURES FOR EACH PLATFORM THAT WE PUBLISH ELSEWHERE IN THIS REPORT.

we are social

Hootsuite®

As bibliotecas podem se **conectar** com a comunidade física, criar novas comunidades, compartilhar informações e se tornar um recurso valioso.

**O Bibliotecário de Referência não pode mais ficar sentado e esperar que os usuários se aproximem deles com perguntas.**

An hourglass with pink sand is the central focus, with the sand flowing from the top bulb to the bottom. In the background, a stack of Euro banknotes (50, 20, and 10 Euro) and several Euro coins are visible, slightly out of focus. The overall theme is the relationship between time and money.

# **A biblioteca como um negócio.**

**Investir tempo e dinheiro para permanecer importante para o usuário.**

**Criar planos de marketing eficazes.**



## O bibliotecário de referência



Crédito da imagem: <https://vitait.com/portfolio-posts/sistemas-de-atendimento-virtual/>

- Tem a responsabilidade e a tarefa de **promover** os Serviços de Referência.
- **Utilizar** as ferramentas de redes sociais para **mostrar e ensinar** ao usuários como os recursos da biblioteca podem ajudá-los.



## Serviços de referência através da Web 2.0

Se você conquista o **respeito e a confiança dos usuários**, grandes oportunidades são oferecidas para estimular o amor ao estudo e direcionar os pesquisadores às melhores fontes de informação.

Facilidade em descobrir quais livros os usuários reais da biblioteca precisam, e contribui na melhor **avaliação em relação aos tipos que devem ser incorporados ao acervo**.

Interagir livremente com os usuários e ajudá-los em todos os aspectos é um dos melhores meios para tornar uma **biblioteca popular**.

Prepare-se!



Email ou telefone

Senha

Entrar

[Esqueceu a conta?](#)

O Facebook ajuda você a se conectar e compartilhar com as pessoas que fazem parte da sua vida.



O Facebook pode ser uma maneira eficaz de as bibliotecas atingirem sua comunidade de usuários.

## Abra uma conta

É gratuito e sempre será.

Nome

Sobrenome

Celular ou email

Nova senha

Data de nascimento

19 ▾ Nov ▾ 1993 ▾

Por que preciso informar minha data de nascimento?

Feminino  Masculino

Ao clicar em Inscreva-se, você concorda com nossos [Termos](#), [Política de Dados](#) e [Política de Cookies](#). Você pode receber notificações por SMS e pode cancelar isso quando quiser.

**Inscreva-se**

[Criar uma Página](#) para uma celebridade, banda ou empresa.

Ao postar atualizações no Facebook, as bibliotecas podem:



Copyright : Татьяна Луцина

- Informar seus usuários sobre os programas e serviços da biblioteca.
- Convidar os alunos a participar de sessões de treinamentos.
- Postar informações práticas sobre os horários de abertura da biblioteca.
- Vincular a recursos impressos e on-line novos e existentes e atualizar a comunidade sobre quaisquer novos desenvolvimentos da coleção.
- Os "seguidores" podem interagir com a biblioteca comentando as postagens e compartilhando-as com os amigos.

# Planeje

Monte um cronograma de conteúdo com antecedência para maximizar o envolvimento do aluno.

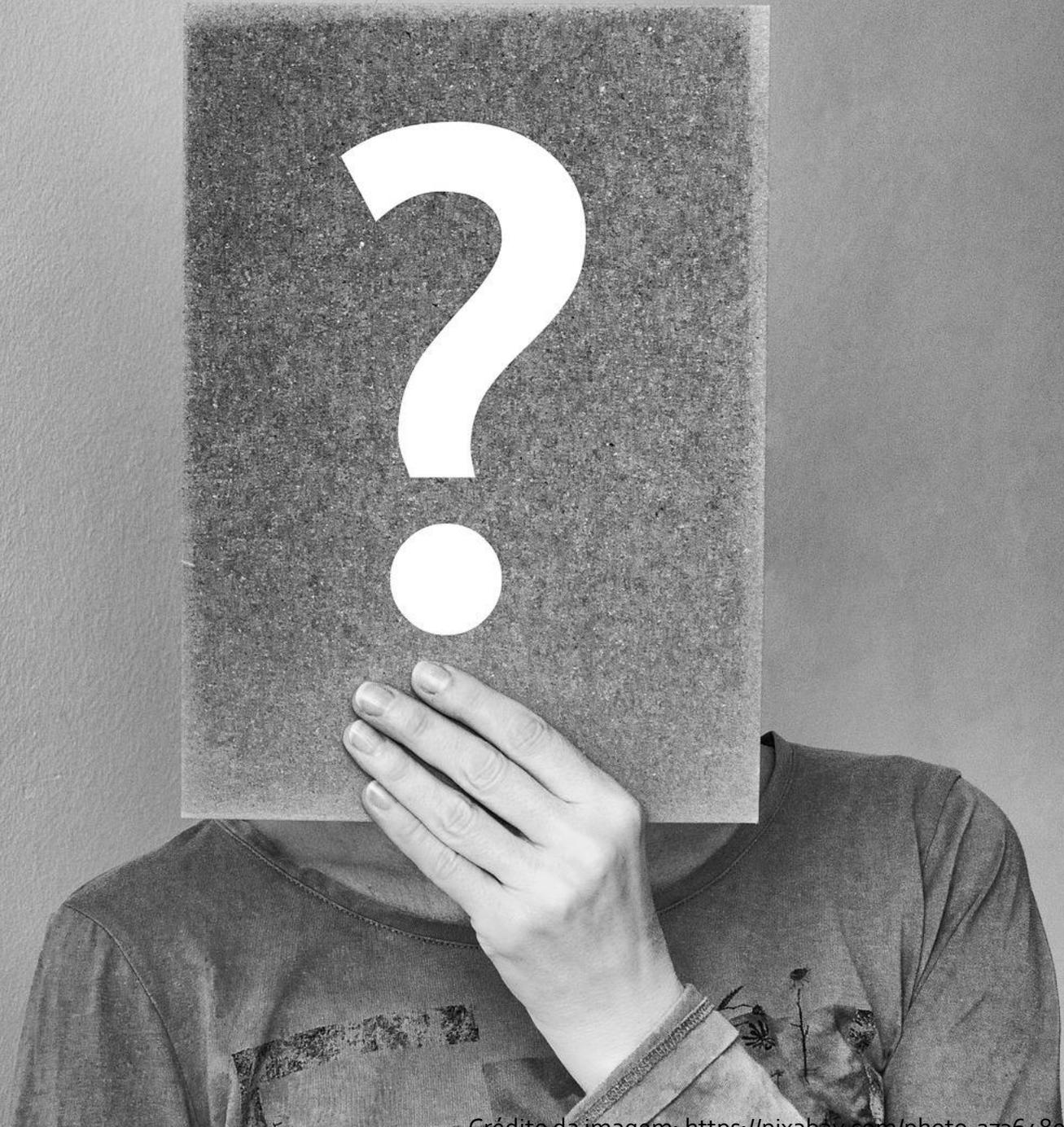
Use seu conhecimento sobre o ano acadêmico para agendar postagens no Facebook para promover os serviços e recursos da biblioteca quando eles forem mais úteis.

# Metas

- Descubra os detalhes práticos e crie metas de um ano para sua presença no Facebook.
- As metas podem incluir quantas atualizações de status você planeja postar por dia / semana ou quantos fãs deseja.
- Mas cuidado para não ficar robotizado o processo e com publicidades sem criatividade.
- Ideal é ser orgânico.

Ao implantar

“Informamos sobre um serviço / produto que os usuários de outra forma não conheceriam?”



Ao avaliar

“Nós lidamos com uma consulta de maneira rápida e eficiente?”



A photograph of a bowling ball and pins. The bowling ball is orange and is positioned in the center foreground, slightly to the right of the center. It is in sharp focus. Behind it, a row of ten white bowling pins with two red stripes each is arranged in a standard bowling pin formation. The pins are slightly out of focus compared to the ball. The scene is set on a wooden bowling lane, and the background is dark. The lighting is dramatic, highlighting the ball and pins. The word "Acerte!" is written in white text in the bottom left corner.

**Acerte!**

**Permita** aos usuários conhecer as suas **potencialidades** como: espaço e como serviço. Assim, tornem as bibliotecas mais conhecidas.

**Foque no marketing de relacionamento**

Tenha uma **equipe** na biblioteca que esteja sempre **participando e comentando** as postagens e tornando a página **dinâmica**.

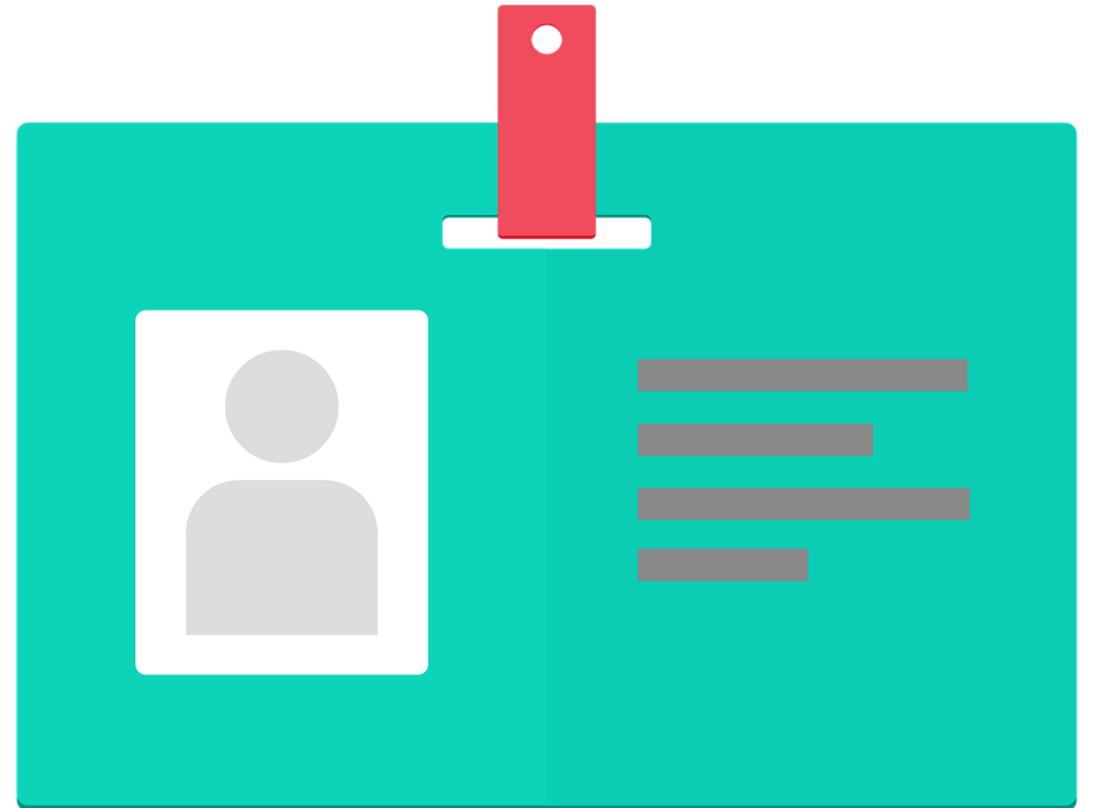


Seja confiante  
e brincalhão



# Identidade

- Nomes de usuário uniformes
- Registre um e-mail institucional
- Informações de perfil atualizadas



# Eventos

- Se a sua biblioteca ainda não tiver um calendário de eventos, os **Eventos do Facebook** poderão preencher essa necessidade.
- Se você já tem uma maneira de compartilhar eventos em seu site, pode optar por escolher e publicar apenas alguns eventos no Facebook.

## Explorar

-  Salvos 7
-  **Eventos** 2
-  Páginas
-  Grupos
-  **LIVE** Vídeo ao vivo
- ▼ Ver mais...

Eventos

## 19 Eventos

Eventos

Calendário

Aniversários

Descobrir

Organizando

+ Criar evento ▾

### Próximos eventos

NOV 20  
TER

#### Seminário Permanente de Editores

12 · Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM

★ Criado para Red de Directores y Editores de Revistas Académicas

✓ Interessado ▾

➔ Compartilhar

DEZ 7  
SEX

#### I Feira de Trocas de Livros

08 · Biblioteca do INPA

★ Kamile tem interesse

✓ Interessado ▾

➔ Compartilhar

FEV 3  
TER

#### EU ESCOLHI ESPERAR

22

✓ Edi e 11 amigos confirmaram presença

✓ Confirmou presença ▾

➔ Compartilhar

[Ver todos os próximos eventos](#)

### Eventos que você talvez curta



### Encontrar eventos



Hoje



Amanhã



Esta semana



Escolher data



Causas



Arte



Saúde



Música



Festa



Comédia

Mais ▾

Bate-papo (Desativado)

# Monitore.



# Relatórios de Métricas



# Alcance



- Seguidores (Followers no Twitter)
- Fans (Páginas no Facebook)
- Soma do alcance total de cada mês (Facebook)
- Seguidores em blogs
- Assinantes, Seguidores ou Contatos (por cada canal)
- Contatos ou membros de grupos (no LinkedIn ou outras redes sociais)

# Frequência da atividade



- Post em blogs
- Entradas nos murais e timeline nos meios sociais (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, etc.)
- Itens subidos -upload ( Flickr, YouTube, Issuu, Scribd, Podcasts, Slideshare, Prezi, etc.)
- Comentários respondidos em meios sociais
- Tempo médio de resposta aos comentários
- Chats (IM) atendidos
- Chats (IM) não atendidos
- Recomendações da Biblioteca no Foursquare

# Influência

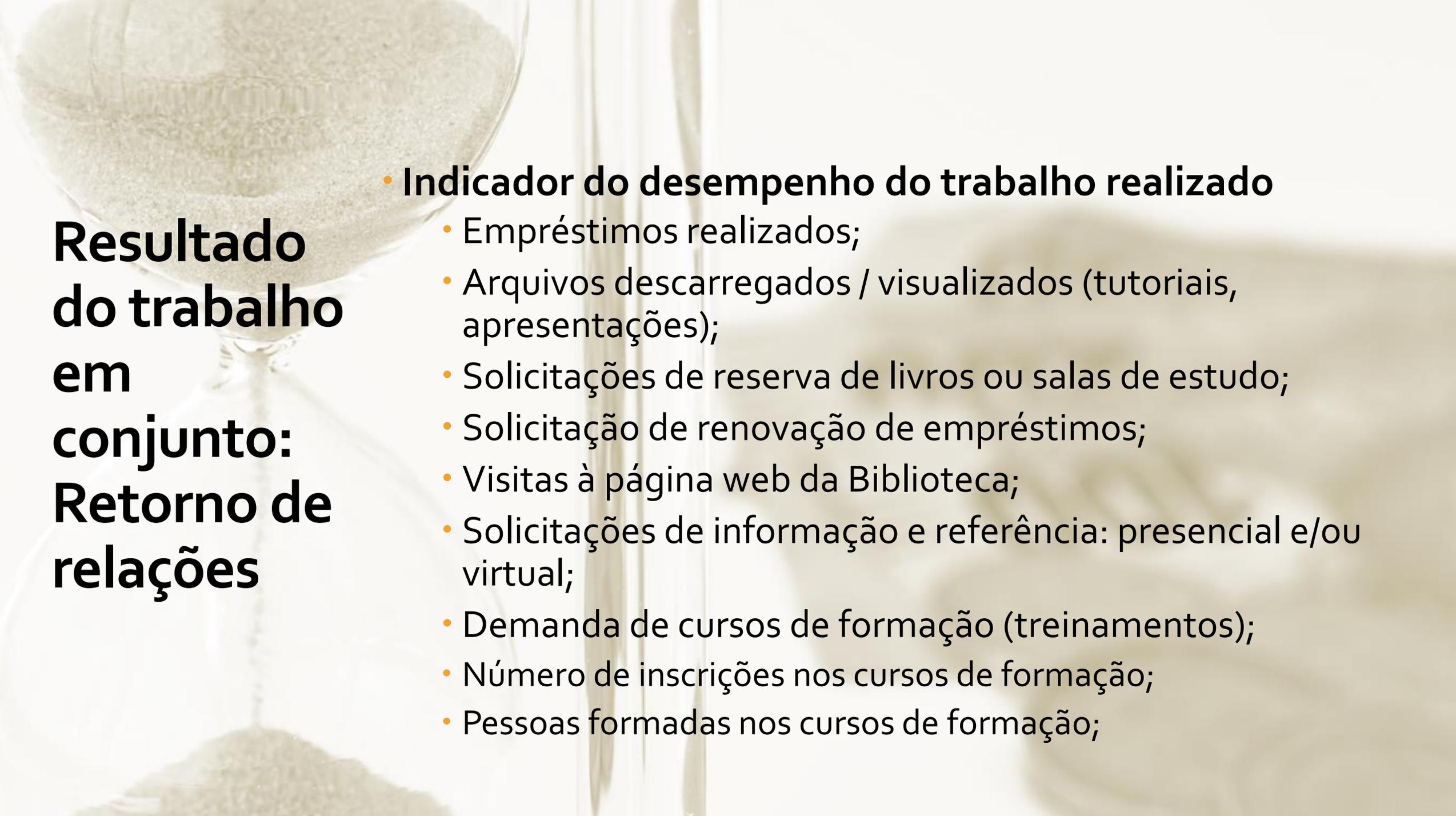


- Menções à Biblioteca (marca) nos meios sociais
- N° total de comentários
- Comentários positivos
- Comentários negativos
- Comentários neutros
- Pessoas que estão falando disso

# Relevância



- Visitas aos meios sociais da Biblioteca
- Retuites (Twitter)
- Favoritos, recomendações Likes / plataforma
- Total de Curtidas (Facebook)
- Arquivos visualizados, compartilhados e baixados
- Quant. De leitura de documentos (issuu)
- Perguntas realizadas no chat pelos usuários
- Check-in no Foursquare

An hourglass with sand falling from the top bulb to the bottom bulb, set against a light, warm-toned background. The hourglass is positioned on the left side of the frame, with the top bulb containing more sand than the bottom bulb.

# **Resultado do trabalho em conjunto: Retorno de relações**

- **Indicador do desempenho do trabalho realizado**
  - Empréstimos realizados;
  - Arquivos descarregados / visualizados (tutoriais, apresentações);
  - Solicitações de reserva de livros ou salas de estudo;
  - Solicitação de renovação de empréstimos;
  - Visitas à página web da Biblioteca;
  - Solicitações de informação e referência: presencial e/ou virtual;
  - Demanda de cursos de formação (treinamentos);
  - Número de inscrições nos cursos de formação;
  - Pessoas formadas nos cursos de formação;

Novas aquisições  
da biblioteca  
(livros, jogos, etc)

Representando a biblio-  
teca em um evento da  
comunidade -  
compartilhe fotos!

Poemas de lombada/  
composição de frases  
com as lombadas

Perguntas/  
Quizz

Citações

Concursos de fotografia  
Divirta-se! Incentive a  
interação e não se esqueça  
de marcá-la com #!

Veja mais dicas  
aqui.



**A PRÓPÓSITO:**

**39% utilizam  
ou escaneiam  
QR Codes com  
seus celulares**







Os bibliotecários também devem se preocupar com a agilidade móvel. Os usuários vão querer estar conectados à biblioteca através de seu dispositivo móvel.

JAN  
2020

## USE OF MOBILE APPS BY CATEGORY

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO REPORT USING EACH TYPE OF MOBILE APP EACH MONTH



BRAZIL

CHAT APPS  
(MESSENGERS)



96%

SOCIAL  
NETWORKING APPS



97%

ENTERTAINMENT  
OR VIDEO APPS



88%

GAMES  
(ANY TYPE)



57%

SHOPPING  
APPS



72%

MUSIC  
APPS



62%

MAP  
APPS



79%

BANKING  
APPS



47%

DATING AND  
FRIENDSHIP APPS



14%

HEALTH AND  
FITNESS APPS



21%

JAN  
2020

## MOBILE APP RANKINGS: ACTIVE USERS

RANKING OF TOP MOBILE APPS AND GAMES BY AVERAGE MONTHLY ACTIVE USERS THROUGHOUT 2019



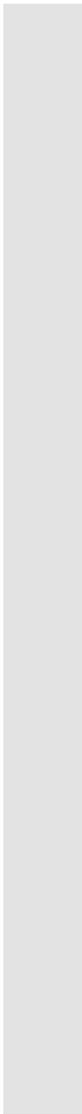
BRAZIL

### RANKING OF MOBILE APPS BY ACTIVE USERS

#	APP NAME	COMPANY
01	WHATSAPP MESSENGER	FACEBOOK
02	FACEBOOK	FACEBOOK
03	FACEBOOK MESSENGER	FACEBOOK
04	INSTAGRAM	FACEBOOK
05	UBER	UBER TECHNOLOGIES
06	NETFLIX	NETFLIX
07	MERCADOLIBRE	MERCADOLIBRE
08	SPOTIFY	SPOTIFY
09	CAIXA	CAIXA ECONOMICA FEDERAL
10	WAZE	GOOGLE

### RANKING OF MOBILE GAMES BY ACTIVE USERS

#	GAME NAME	COMPANY
01	FREE FIRE	SEA
02	CANDY CRUSH SAGA	ACTIVISION BLIZZARD
03	CARTOLA FC OFICIAL	GRUPO GLOBO
04	POKÉMON GO	NIANTIC
05	CLASH ROYALE	SUPERCCELL
06	SUBWAY SURFERS	KILOO
07	CODYCROSS	FANATEE
08	FARM HEROES SAGA	ACTIVISION BLIZZARD
09	HELIX JUMP	VOODOO
10	CANDY CRUSH SODA SAGA	ACTIVISION BLIZZARD



# Considerações práticas



- Existem dúvidas e confusão na adoção das ferramentas e serviços existentes nas redes sociais - complica o uso de forma eficaz pelas bibliotecas.
- É importante ter um **perfil/login dedicado na plataforma** para os profissionais da biblioteca interagirem com seus usuários e criarem uma conexão personalizada com eles.
- Devemos **explorar as possibilidades** de fornecer outros serviços de biblioteca aos usuários por meio de ferramentas e serviços dos sites de redes sociais.
- Pensar em **como usar** de forma mais eficaz as ferramentas e serviços para as bibliotecas melhorarem seus serviços, **alcançando metas e construindo imagens** da biblioteca entre a comunidade acadêmica.



- Sugere-se a **criação de políticas diligentes e explícitas** para o uso das redes sociais pelas bibliotecas com base em seus requisitos, usuários e metas da biblioteca e da instituição mantenedora.
- Uma vez implementado e utilizado, **não esquecer de fornecer serviços proativos**, e feedback regular deve ser obtido de usuários-alvo e a melhoria necessária deve ser feita de acordo.



***"A revolução não acontece quando a sociedade adota novas ferramentas. Acontece quando a sociedade adota novos comportamentos."***

*Clay Shirky*







# Materiais de apoio

ALBUQUERQUE, Márcio Thiago dos Santos; PAIXÃO, Pablo Boaventura Sales. O Instagram como canal de interação entre as bibliotecas e os usuários da Universidade Federal de Alagoas. **Revista Folha de Rosto**, n. 1, v. 6 n. 1, p. 50-58, 2020. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/139651> . Acesso em: 10 nov. 2020.

BORBA, Margarete Gomes. **Retorno sobre o investimento em ferramentas de mídias sociais**: um estudo exploratório na biblioteca universitária da faculdade de letras - ufrj. 2017. 74 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia, Mestrado Profissional em Biblioteconomia, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <http://www.unirio.br/ppgb/arquivo/margarete-gomes-borba>. Acesso em: 09 nov. 2020.

CARDOSO, Paulino de Jesus Francisco; SILVA, Franciéle Carneiro Garcês da; LIMA, Graziela dos Santos; COSTA, Amabile. Utilização do Facebook como meio de divulgação de fontes de informação pela biblioteca de referência NEAB/UDESC Using Facebook as a means of disclosure of information sources by reference library NEAB/UDESC. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, n. 1, v. 20, p. 34-40, 2015. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/77075>. Acesso em: 10 nov. 2020.

GONZÁLEZ-FERNÁNDEZ-VILLAVICENCIO, Nieves. ROI en medios sociales: campañas de marketing en bibliotecas. **El Profesional de La Información**, Barcelona, v. 1, n. 24, p. 22-30, jan. 2015. Disponível em: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/ene/03.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2020.

NAVA, Tomás Beltrán. **Promoción de los servicios bibliotecarios a través de las redes sociales de la internet**. 2012. 114 f. TCC (Graduação) - Curso de Biblioteconomia, Escuela Nacional de Biblioteconomía y Archivonomía, Mexico, 2012. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/17075/1/TESINA%20Tomas%20Beltran.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2020.

RODRIGUES, Geovanna Cristina Falcão Soares; BRENNAND, Edna Gusmão de Góes. Aprendizagem e interação na rede social Facebook. **Revista P2P e INOVAÇÃO**, v. 7, p. 88-106, 2020. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/147738> . Acesso em: 10 nov. 2020.



# Muito obrigado!

**Thiago Giordano Siqueira**  
Bibliotecário CRB 11/878



**/tgsiqueira**



**@tgiordanoss**

**thiagogiordano@ufam.edu.br**



**thiago.giordano@gmail.com**



**thiagoteca.wordpress.com**



Redes sociais e bibliotecas: adapte-se ou fique fora do jogo