



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – PPGCOM

**AÇÃO CULTURAL COM MÍDIAS SOCIAIS: ANÁLISE DO *FACEBOOK* DA
BIBLIOTECA DE SÃO PAULO**

VANESSA GUIMARÃES DO NASCIMENTO

GOIÂNIA
2018

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS
DE TESES E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

1. Identificação do material bibliográfico: ☒ **Dissertação** ☐ **Tese**

2. Identificação da Tese ou Dissertação:

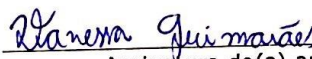
Nome completo do autor: Vanessa Guimarães do Nascimento

Título do trabalho: Ação Cultural com mídias sociais: análise do Facebook da Biblioteca de São Paulo

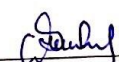
3. Informações de acesso ao documento:

Concorda com a liberação total do documento ☒ **SIM** ☐ **NÃO**

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF da tese ou dissertação.


Assinatura do(a) autor(a)²

Ciente e de acordo:


Assinatura do(a) orientador(a)²

Profa. Dra. Andréa Pereira dos Santos
Curso de Biblioteconomia
FIC/ UFG

Data: 21 / 12 / 2018

¹Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente
- Submissão de artigo em revista científica
- Publicação como capítulo de livro
- Publicação da dissertação/tese em livro

²A assinatura deve ser escaneada.

VANESSA GUIMARÃES DO NASCIMENTO

**AÇÃO CULTURAL COM MÍDIAS SOCIAIS: ANÁLISE DO *FACEBOOK* DA
BIBLIOTECA DE SÃO PAULO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação, nível Mestrado, da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação, Cultura e Cidadania.

Linha de pesquisa: Mídia e Cultura

Orientadora: Prof^a. Dr^a Andréa Pereira dos Santos

GOIÂNIA

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

N244a	Nascimento, Vanessa Guimarães do. Ação cultural com mídias sociais: análise do <i>Facebook</i> da Biblioteca de São Paulo. – Goiânia-GO, 2018. 158 fls., il. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Goiás, 2018. Orientadora: Prof.^a Dr.^a Andréa Pereira dos Santos. 1. Mídias sociais - Bibliotecas. 2. Ação cultural. 3. Bibliotecas Públicas. I. Santos, Andréa Pereira dos. II. Universidade Federal de Goiás. III. Título. CDU: 008:027
-------	---

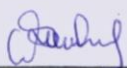
Elaborada por: Vanessa Guimarães do Nascimento/CRB-1 nº 3056

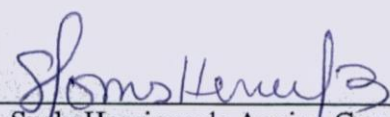


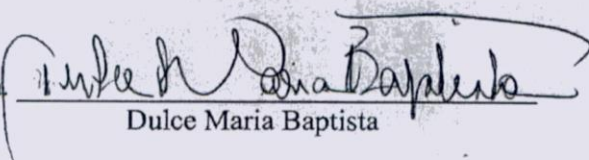
ATA 23/2018

ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Aos catorze dias do mês de dezembro do ano de dois mil e dezoito, a partir das oito horas e trinta minutos, via *webconferência*, no Centro de Computação da UFG - CERCOMP realizou-se a sessão pública da Defesa de Dissertação de Mestrado de **VANESSA GUIMARÃES DO NASCIMENTO**, intitulada “AÇÃO CULTURAL COM MÍDIAS SOCIAIS: ANÁLISE DO *FACEBOOK* DA BIBLIOTECA DE SÃO PAULO”. A banca examinadora foi composta pelos professores doutores Andréa Pereira dos Santos (orientadora/FIC/UFG), Suely Henrique de Aquino Gomes (UFG) e Dulce Maria Baptista (UNB). Após a arguição, os membros da banca se reuniram em sessão secreta para concluir a avaliação e definir o parecer final da dissertação, que foi Aprovada. Por fim, lavrou-se a presente ata, que segue assinada pelo Presidente e pelos demais membros da banca.

Profa. Dra.  (Presidente)
Andréa Pereira dos Santos

Profa. Dra. 
Suely Henrique de Aquino Gomes

Profa. Dra. 
Dulce Maria Baptista

Dedico este trabalho aos meus pais, Tereza e Luiz.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus que me fez sonhar com uma aprovação na seleção de mestrado, me despertando o interesse pela pesquisa. Desde então, muitas dúvidas surgiram se realmente eu deveria ingressar nessa caminhada, mas havia uma certeza: a de que o sonho era um sinal e que Deus estaria comigo em mais essa etapa da minha vida. E assim eu segui com fé e me sinto abençoada por essa conquista.

Agradeço à minha família, amigos e ao meu companheiro, João Victor, pelo apoio e suporte emocional nos momentos difíceis.

Agradeço à minha orientadora, professora Dra. Andréa Pereira dos Santos, pela confiança, apoio e por todo suporte que me forneceu desde o começo da pesquisa. Foi um grande aprendizado trabalhar junto a ela.

Agradeço aos meus colegas do mestrado, especialmente, à Karol Almeida, por ter sido uma parceira em todas as fases de desenvolvimento deste trabalho, à Daniela Veronezi que desde o início das aulas do mestrado me acolheu e me ajudou nas dificuldades, ao Luiz Siqueira, ao Johnathan por ter sido uma referência para mim e pela ajuda em várias etapas do trabalho e à Suzanne. Todos vocês tem um coração enorme e se mostraram importantes amigos me dando forças, compartilhando alegrias, conquistas e as angústias que estão por trás da trajetória da Pós-Graduação.

Agradeço também aos meus colegas de trabalho da Universidade Estadual de Goiás, especialmente à Bruna Pimentel, que me ajudou a encarar as dificuldades de conciliar a rotina de trabalho com o mestrado e por ser uma amiga pessoal e compartilhar alegrias que são tão necessárias para acalmar a vida.

Agradeço à professora Dulce Baptista, ao professor Dalton Lopes e à professor Suely Gomes por terem contribuído com o desenvolvimento da pesquisa e pelas orientações fornecidas nas bancas de qualificação e defesa.

Enfim, agradeço a todas as pessoas que se mostraram sensíveis e contribuíram de alguma maneira me incentivando para que eu concluísse a dissertação e alcançasse essa importante conquista pessoal e profissional.

“Cultura é o ciclo que o indivíduo percorre para chegar ao conhecimento de si próprio”.

Soren Kierkegaard

RESUMO

Considerando o cenário atual da comunicação, que engloba a utilização cada vez mais frequente das mídias sociais, percebem-se novas maneiras de conexão entre pessoas e instituições na medida em que o uso dessas ferramentas proporciona mudanças e o surgimento de diversas atividades em seu ambiente interacional. Entende-se que no contexto das bibliotecas, esses recursos podem tornar-se aliados para originar novas formas de contato com os usuários e o desenvolvimento de serviços e produtos a partir do compartilhamento de informações nessas plataformas. Desse modo, essa pesquisa teve como objetivo geral investigar, por meio de um estudo de caso, a utilização do *Facebook* pela Biblioteca de São Paulo na promoção da ação cultural. Acredita-se que essa atividade é inerente ao papel social das bibliotecas públicas e tem potencial de ser desenvolvida nessa mídia social. Para tanto, o problema de pesquisa centrou-se no seguinte questionamento: De que maneira a Biblioteca de São Paulo promove ações culturais junto à comunidade a partir das postagens realizadas no *Facebook*? Para respondê-lo, foram realizados: uma discussão teórica acerca do conceito de ação cultural, com embasamento nos autores Milanesi (2002;2003), Barros (2010), Cunha (2010), Flusser (1983) e Coelho (1989); e um percurso metodológico que compreendeu os seguintes procedimentos: levantamento bibliográfico acerca da utilização de mídias sociais pelas bibliotecas públicas brasileiras, da ação cultural em biblioteca pública e da ação cultural em mídias sociais. Em seguida, utilizou-se o método de análise de conteúdo proposto por Bardin (1977) para verificar de que maneira a biblioteca promove ação cultural nas publicações que são efetuadas em sua *fanpage*. Ao final, foi feita uma análise reflexiva acerca dos resultados encontrados, retomando o embasamento teórico da pesquisa e a revisão de literatura. Os resultados indicam que a Biblioteca de São Paulo é efetiva no que se refere à oferta de atividades de ação cultural no seu espaço físico, mas isso não se expande para o ambiente interacional do *Facebook*, pois esta mídia social é utilizada mais com o intuito de divulgação da programação da biblioteca do que para promover o engajamento direto do público em ações culturais na plataforma.

Palavras-chave: Mídias sociais - Bibliotecas. Ação cultural. Bibliotecas Públicas.

ABSTRACT

Considering the current scenario of communication that includes the increasingly use of social media, it is possible to identify new ways of connection between people and institutions to the extent that the use of these tools provides changes and the emergence of several activities in its intercommunication environment. In the context of libraries, these resources can become allies to create new forms of contact with users and the development of services and products from the sharing of information directly on these platforms. In this matter, this research has as general objective to investigate, through a case study, the use of Facebook by the São Paulo Library promoting Cultural Programs. It is believed that this activity is inherent to the social role of public libraries and that has the potential to be developed in this social media. Therefore, the research problem focused on the following question: in which way does São Paulo Library promote Cultural Programs for the community by its Facebook posts? To answer this question, it was made a theoretical discussion about the concept of Cultural Program proposed by the authors Milanesi (2002;2003), Barros (2010), Cunha (2010), Flusser (1983) and Coelho (1989) following the methodological procedures: a bibliographic survey about the use of social media by Brazilian public libraries, regarding Cultural Programs in public libraries and also regarding Cultural Programs in social media. Following, the analysis method proposed by Bardin (1977) was employed to verify in which way a library promotes Cultural Programs on fanpage posts. At last, a mindful analysis was made about the results found, resuming the theoretical background of the research and the literature review. The results indicate that the São Paulo Library is effective in relation to the offer of Cultural Program activities in its physical space, but this does not expand to the intercommunication environment of Facebook, because this social media is most used aiming advertising of the library programming than to promote public engagement in Cultural Programs directly on the platform.

Keywords: Social media – Library. Cultural Program. Public Library.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O processo cíclico da ação cultural.....	74
Figura 2 – Aplicativo <i>Netvizz</i>	95
Figura 3 – Dados da BSP inseridos no <i>Netvizz</i> para a extração dos dados.....	97
Figura 4 – Dados extraídos no <i>Facebook</i> da BSP.....	97
Figura 5 – Página inicial do <i>Facebook</i> da Biblioteca de São Paulo.....	105
Figura 6 – Postagem de leitura de um livro sobre os povos indígenas.....	120
Figura 7 - Publicação sobre indicação de leitura.....	121
Figura 8 – Postagem sobre o Dia do orgulho LGBT.....	122
Figura 9 – Postagem sobre a exibição de filme.....	123
Figura 10 – Postagem sobre narração de história.....	124
Figura 11 – Publicação de reportagem sobre clube de leitura.....	125
Figura 12 – Publicação sobre o clube de leitura.....	126
Figura 13 – Postagem sobre oficina de xadrez.....	127
Figura 14 - Postagem sobre Jogos sensoriais.....	128
Figura 15 – Postagem sobre Oficina Viagem gastronômica.....	129
Figura 16 – Postagem sobre curso e oficina de empreendedorismo.....	130
Figura 17 – Postagem mais curtida e que obteve mais reações.....	133
Figura 18 – Postagem mais comentada.....	134
Figura 19 – Postagem mais compartilhada.....	135
Figura 20 – Postagem do dia 14 de dezembro de 2017.....	136
Figura 21 – Postagem do dia 17 de abril de 2018.....	137

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Os quatro componentes do engajamento.....	29
Quadro 2 – Histórico do surgimento das mídias sociais.....	35
Quadro 3 – Sistemas Estaduais de Bibliotecas Públicas Brasileiras.....	46
Quadro 4 – Sistemas Estaduais de Bibliotecas Públicas que utilizam mídias sociais.....	50
Quadro 5 – Possibilidades de Ação Cultural.....	76
Quadro 6 – Exemplos de projetos de ação cultural para bibliotecas públicas.....	77
Quadro 7 – Objetivos estabelecidos e fases para alcançá-los.....	92
Quadro 8 - Descrição das categorias de análise.....	100
Quadro 9 – Programas permanentes realizados pela biblioteca.....	107

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Levantamento acerca do termo “Ação cultural e Biblioteca pública”	79
Tabela 2 – Levantamento acerca do termo “ <i>Education Program and Public Library</i> ”	83
Tabela 3 – Levantamento acerca do termo “ <i>Outreach Program and Public Library</i> ”	85
Tabela 4 - Busca pelo termo “ <i>Cultural programming and public library</i> ”	87
Tabela 5 – Levantamento acerca do termo “Ação cultural e mídias sociais”	88
Tabela 6 - Busca pelos termos na língua inglesa.....	89
Tabela 7 - Mídias sociais utilizadas pela Biblioteca de São Paulo.....	104
Tabela 8 – Estatísticas de uso e serviços da Biblioteca de São Paulo no ano de 2017.....	105
Tabela 9 - Tabela Temática para categorizar os elementos das postagens da biblioteca.....	118
Tabela 10 - Atividades dos usuários – Total de engajamentos nas postagens por categorias.....	132

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	16
2 TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: NOVAS PRÁTICAS CULTURAIS.....	24
2.1 RECEPTOR PARTICIPATIVO NA COMUNICAÇÃO: O ENGAJAMENTO <i>ONLINE</i>	27
2.2 WEB 2.0 E BIBLIOTECA 2.0	31
2.2.1 <i>Mídias sociais: contribuições para um conceito</i>	32
2.2.2 <i>Facebook</i>	36
3 BIBLIOTECAS PÚBLICAS: MISSÃO CULTURAL E UTILIZAÇÃO DE MÍDIAS SOCIAIS	39
3.1 BIBLIOTECA PÚBLICA: UMA INSTITUIÇÃO CULTURAL	39
3.1.1 <i>A concepção de Biblioteca Viva</i>	43
3.2 SISTEMAS ESTADUAIS DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS NO BRASIL	45
3.3 BIBLIOTECAS PÚBLICAS E MÍDIAS SOCIAIS: UMA REVISÃO NO CONTEXTO BRASILEIRO.....	53
4 AÇÃO CULTURAL: ASPECTOS TEÓRICOS E CONCEITUAIS	60
4.1 A AÇÃO CULTURAL A PARTIR DAS TROCAS SIMBÓLICAS E PRODUÇÃO DE SENTIDOS NAS MÍDIAS SOCIAIS	66
4.2 AÇÃO CULTURAL EM BIBLIOTECAS PÚBLICAS	70
4.2.1 <i>O processo cíclico da ação cultural</i>	73
4.2.2 <i>Os três eixos de Milanesi e Barros: uma proposta para ação cultural</i>	75
4.3 A PROMOÇÃO DE AÇÃO CULTURAL PELAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS: UMA REVISÃO.....	78
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	92
5.1 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	94
5.2 ETAPAS PARA A COLETA DOS DADOS	95
5.2.1 <i>Primeira etapa: período delimitado para a extração dos dados e corpus da pesquisa</i> ..	95
5.2.2 <i>Segunda etapa: extração dos dados no Facebook da Biblioteca de São Paulo</i>	96
5.3 MÉTODO DE ANÁLISE DOS DADOS.....	98
5.3.1 <i>Categorização dos dados</i>	99
5.3.2 <i>Etapas para a análise dos dados</i>	101
6 A BIBLIOTECA DE SÃO PAULO: RESULTADOS OBTIDOS.....	103

6.1 O USO DO <i>FACEBOOK</i> PELA BIBLIOTECA DE SÃO PAULO (BSP): ANÁLISE DAS ATIVIDADES DA BIBLIOTECA E DOS SEGUIDORES	108
6.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS POSTAGENS DO <i>FACEBOOK</i> DA BIBLIOTECA DE SÃO PAULO: RESULTADOS E INTERPRETAÇÕES	115
6.3 ANÁLISE REFLEXIVA ACERCA DOS RESULTADOS ENCONTRADOS	137
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	142
REFERÊNCIAS.....	145

1 INTRODUÇÃO

O contexto da evolução tecnológica acompanha as constantes mudanças sociais decorrentes das mais diversas atividades humanas, assim ocorre na esfera comunicacional, que ganha novas características com o desenvolvimento da internet, das plataformas de interação e das mídias sociais que estão cada vez mais presentes na dinâmica da sociedade. Com essas ferramentas, surgem novas possibilidades de comunicação e de desenvolvimento de trabalho entre pessoas e instituições, resultando em processos de adaptação e em práticas culturais para inserir esses elementos no cotidiano social.

O relatório *Digital In*, publicado em janeiro de 2018 pelas empresas *We Are Social and Hootsuite*¹, indica que atualmente há mais de 4 bilhões de pessoas conectadas à internet em todo o mundo. De acordo com o documento, os dados mais recentes apontam para uma população mundial de 7,6 bilhões de seres humanos, o que possibilita dizer que mais da metade da população está acessando à internet. O relatório apresenta também que o uso de mídias sociais está crescendo rapidamente em todo o mundo, perfazendo o total de 3.196 bilhões de pessoas que usam alguma mídia social, representando um aumento no número de usuários em 13% anualmente. O *Facebook*, por exemplo, é a mídia social com maior número de usuários ativos no mundo, ficando à frente de plataformas como *WhatsApp*, *YouTube* e o *Instagram*, uma vez que atingiu a marca de 2,17 bilhões de usuários no início do ano de 2018.

Ainda de acordo com o relatório, esse crescimento contínuo, em especial o que ocorreu no ano de 2017, deve-se ao aprimoramento das tecnologias móveis, como *smartphones*, pacote de dados de internet mais baratos e dispositivos “mais inteligentes” que proporcionam vasta experiência com a internet. O Brasil, por sua vez, figura na terceira posição entre os países que mais utilizam a internet e em segundo lugar no *ranking* de pessoas que permanecem mais tempo utilizando as mídias sociais (WE ARE SOCIAL, 2018).

Assim, percebe-se que há um fenômeno na comunicação no qual a interação entre as pessoas se expande e se converge em novos ambientes em que há a ampliação do campo de comunicação, que não se limita mais aos espaços físicos, uma vez que pessoas de lugares distintos e distantes podem se conectar no ambiente virtual. As mídias sociais, como *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* e *blogs*, são alguns desses elementos produzidos pela sociedade, tornando-se cada vez mais presentes na dinâmica social, tendo em vista os relatórios

¹ Informações retiradas do site da empresa. Disponível em <<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>>. Acesso em: 08 mar. de 2018.

demonstrarem o crescimento no número de utilizadores dessas mídias, o que faz surgir novas práticas culturais, modos de interação e de compartilhamento de informação em rede.

A prestação de serviços pelas bibliotecas também ganha novas proporções com o desenvolvimento das ferramentas tecnológicas, pois estas podem ser integradas às atividades que aquelas desempenham e, ainda, na mediação da comunicação daquelas com seus públicos. Além do mais, um novo perfil de usuários de bibliotecas configura-se nesse ambiente, não só pela imersão no mundo virtual, mas também pelas próprias transformações da sociedade, que demanda por serviços que vão além dos tradicionais.

No contexto atual, em que se discute a necessidade da existência das bibliotecas físicas devido aos recursos computacionais existentes para acesso à informação, torna-se um desafio para essas instituições incorporarem novos elementos às suas rotinas de trabalho e compreenderem os benefícios que os recursos informáticos podem agregar para o desempenho de suas atividades. Essa incorporação deve ocorrer não somente para a própria manutenção das bibliotecas como um espaço físico, mas, sobretudo, para o seu envolvimento em novos cenários que consolidem sua função social como um centro de cultura. Assim, entende-se que as mídias sociais podem tornar-se importantes aliadas ao desenvolvimento de diversas atividades desempenhadas pelas bibliotecas, pois permitem o compartilhamento de diversas ações protocoladas por pessoas e instituições nesses ambientes.

Tem sido comum a utilização das mídias sociais por empresas para a divulgação de serviços e produtos com o intuito de conquistar mais clientes. De forma análoga, as bibliotecas são instituições que visam a satisfazer as necessidades informacionais de seus públicos. Desta forma, as mídias sociais são ferramentas que tendem a ser úteis para disseminar informação tanto aos usuários reais quanto aos potenciais usuários, pois a conexão por meio da internet transcende barreiras físicas.

Cabe ressaltar que, no seio das atividades que são desenvolvidas pelas bibliotecas, destaca-se a multiplicidade de sua função, uma vez que esta não está engessada à mera disponibilização de conteúdos, pois sua essência como instituição cultural lhe atribui outros papéis sociais que a tornam um verdadeiro organismo vivo. Nessa dinâmica, enfatizam-se as possibilidades que as mídias sociais proporcionam às bibliotecas, pois têm potencial para serem utilizadas para além da divulgação do horário de funcionamento, dos serviços e dos produtos oferecidos pela instituição. Elas permitem, portanto, que sejam desenvolvidas novas maneiras de conexão com o público por meio de interação dinâmica. Entende-se, todavia, que, para que isso ocorra, deve haver planejamento, por meio do qual os gestores e os funcionários

das bibliotecas desenvolvam estratégias de comunicação para utilizá-las com essa finalidade e, assim, obter resultados eficazes.

As bibliotecas públicas têm em sua natureza uma importante função na difusão cultural por ser local de armazenamento, acesso, disseminação e troca de informação, assim como possuem uma importante função social, pois devem fomentar a melhoria das condições de vida, promovendo a sociabilidade, o uso e a criação de produtos culturais e o exercício da cidadania e da democracia. Essa missão é efetivada de distintas maneiras. A utilização dos novos meios de comunicação, por exemplo, oportunizam a contribuição do público para a criação de conteúdos e o surgimento de outras ações associadas ao uso das ferramentas tecnológicas de comunicação.

Esse contexto em que se ambientam as mídias sociais inquietou a pesquisadora no sentido de investigar como as bibliotecas públicas têm utilizado essas mídias como plataformas aliadas à promoção de ações culturais junto à comunidade. Tendo em vista que o número de pessoas conectadas à rede de internet tem se expandido continuamente, pensou-se na hipótese das bibliotecas desenvolverem atividades efetivas com o uso de mídias sociais, para alcançar os usuários que acessam conteúdos nesses ambientes.

A partir da revisão de literatura, verificou-se o que estava sendo discutido sobre essa temática. Foram escolhidas algumas bases de dados científicas, tais como Brapci, BDTD, Google Acadêmico, DOAJ, *Scopus* e *Web of Science*, por meio das quais foram identificadas algumas pesquisas, em especial artigos, monografias, dissertações e teses, que abordavam o tema “mídias sociais e bibliotecas”. Ao realizar a leitura desses textos, foi possível constatar que a maioria deles apresentava como resultado o fato de que as bibliotecas poderiam utilizar essas ferramentas como apoio ao *marketing* institucional e à divulgação de serviços. É o que se verifica, por exemplo, nos trabalhos de Gottschalg-Duque (2016), Santos (2015), Araújo e Araújo (2018) e de Calil Junior e Almendra (2016).

Foi então que a pesquisadora percebeu que poderia agregar um novo elemento nesse conjunto de pesquisas relacionadas à temática mídias sociais e bibliotecas, qual seja, a ação cultural, atividade que se situa na essência do papel social das bibliotecas públicas e que não era retratada como foco central nas pesquisas recuperadas nas bases de dados. Deste modo, iniciou-se o delineamento desta dissertação, definindo o objeto de estudo, o problema de pesquisa e os objetivos que fundamentaram o desenvolvimento do trabalho, conforme serão descritos nos parágrafos seguintes.

O desenvolvimento da pesquisa foi baseado em um estudo de caso que teve como objeto a página oficial no *Facebook* da Biblioteca de São Paulo (BSP), que integra o Sistema

Estadual de Bibliotecas Públicas de São Paulo (SisEB). Inicialmente, foi feito um levantamento de todos os sistemas estaduais de bibliotecas públicas existentes no Brasil para verificar a utilização de mídias sociais e, em seguida, definir o objeto de pesquisa. Identificou-se que apesar de existirem outras iniciativas semelhantes às do SisEB, como as Bibliotecas Parque do Rio de Janeiro, estas encontram-se desativadas atualmente. Outras redes de bibliotecas públicas no país não utilizam ou não atuam regularmente em mídias sociais, o que inviabilizaria o estudo.

As bibliotecas do SisEB destacam-se, nesse sentido, por atuarem ativamente em mídias sociais e, inclusive, por terem sido indicadas a prêmios internacionais na categoria de melhores bibliotecas do ano entre 2017 e 2018, estando entre as finalistas ao lado de bibliotecas de países desenvolvidos (SISEB, 2018a). Esse contexto coloca-as em posição de destaque no Brasil como referências em bibliotecas públicas, caracterizando um ambiente notável para este estudo.

O SisEB é vinculado à Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo (SEC-SP), sendo coordenado pela Unidade de Difusão Cultural, Bibliotecas e Leitura (UDBL), e integra bibliotecas municipais, estaduais e comunitárias localizadas no Estado de São Paulo, sendo composto por aproximadamente 900 unidades de informação de acesso público (SP LEITURAS, 2018). O SisEB configura-se com uma proposta inovadora de bibliotecas públicas, dispondo dos ambientes físicos de cada biblioteca e utilizando diversas mídias sociais para compartilhamento de informações. Nesse sentido, percebe-se uma preocupação das bibliotecas integrantes desse sistema em interagir não somente nos seus espaços físicos, mas também em ambiente virtual.

O SisEB também obteve influência de outros modelos de redes de biblioteca da América Latina, tais como o da Biblioteca Viva de Santiago, no Chile, e o das Bibliotecas Parque de Medellín, na Colômbia, que atualmente são referências em instituições culturais em suas regiões (SÃO PAULO, 2017a). Estudar esse perfil de bibliotecas corrobora com a atual tendência de estudos que investiga as novas possibilidades de atuação para estas instituições.

Para a coleta e a análise dos dados, optou-se por focar o objeto de estudo no *Facebook* de uma das bibliotecas do SisEB, concentrando-se nas ações que são desenvolvidas, ao invés de analisar o próprio sistema, pois se entende que são as bibliotecas que estão mais próximas da comunidade. Já o SisEB, apesar de apoiar e fomentar a atuação dessas bibliotecas, está mais voltado para as questões administrativas e de planejamento.

A escolha da Biblioteca de São Paulo, dentre as demais que integram o SisEB, justifica-se como objeto de análise por ser, junto à Biblioteca Parque Vila Lobos, uma das

unidades mantidas pela Secretaria de Cultura do Estado e consideradas pelo próprio SisEB como modelo do conceito Biblioteca Viva por oferecer serviços dinâmicos e diferenciados com o intuito de “promover a leitura, integrar-se com as comunidades do entorno, oferecer atendimento humanizado e individualizado, além de proporcionar aos visitantes uma programação cultural rica e diversificada” (SISEB, 2018b). Seus programas e atividades são continuamente disseminados para as demais bibliotecas localizadas nos diversos municípios paulistas.

A Biblioteca de São Paulo possui 21.096 seguidores em sua página no *Facebook*, (BSP, 2018a) quantidade maior do que a encontrada no perfil do SisEB no *Facebook*, que conta com 6.023 seguidores (SISEB, 2018c). A Biblioteca Parque Vila Lobos, por sua vez, possui 11.354 seguidores em sua *fanpage* (BVL, 2018). Devido à proposta das duas bibliotecas ser centrada nos mesmos objetivos, verificou-se, em análise preliminar, que as postagens que ambas as bibliotecas realizam no *Facebook* são bastante semelhantes. Diante dessa constatação, optou-se por analisar somente uma biblioteca, entendendo que os resultados da análise poderão representar o conceito proposto pelo SisEB de um modo geral para suas bibliotecas.

Além disso, encontrou-se na literatura estudos anteriores sobre a utilização de mídias sociais pela BSP, tais como os trabalhos de Calil Junior e Almendra (2016), Cavalcanti e Silva (2013) e Souza (2013), que serão apresentados no capítulo três desta dissertação. Os resultados dessas pesquisas poderão ser comparados com os resultados encontrados nesta pesquisa para verificar em que se diferem e se houve alguma mudança ou evolução no uso do *Facebook* por essa biblioteca.

Isto posto, enfatiza-se que o tema desta pesquisa centra-se na investigação da promoção de ações culturais por bibliotecas públicas por meio da utilização de mídias sociais, tendo especificamente como problema de pesquisa o seguinte questionamento: **De que maneira a Biblioteca de São Paulo promove ações culturais junto à comunidade a partir das postagens realizadas em sua página no Facebook?**

A escolha do *Facebook* como objeto de análise justifica-se por ser a mídia social mais utilizada atualmente no mundo, inclusive por brasileiros, conforme os relatórios apresentados, mostrando-se um fenômeno aberto a possibilidades de investigação, especialmente no que tange às trocas comunicacionais que ocorrem na plataforma. Desse modo, torna-se interessante explorar as potencialidades dessa mídia para as bibliotecas, analisando as práticas e as estratégias de comunicação utilizadas por elas para se conectar com o público nesse ambiente, tal como a proposta desta pesquisa de verificar como

postagens em uma mídia social estão sendo efetuadas por uma biblioteca pública para promover ação cultural.

A escolha do *Facebook* deve-se, ainda, ao fato de ser a mídia social mais utilizada pela biblioteca em estudo, nas quais foram constatadas quantidade expressiva de publicações diárias e de número de seguidores. A biblioteca também utiliza o *Twitter*, o *Instagram*, o *Youtube* e o *Flickr*. Porém, no *Twitter* são postadas essencialmente as mesmas publicações do *Facebook*, e nas demais mídias sociais a frequência de publicações não é regular, ou elas não são mais atualizadas.

A comunicação, sendo uma das atividades sociais, apresenta certas transformações com o advento das mídias sociais que precisam ser estudadas por estarem relacionadas com as novas formas de diálogo entre os indivíduos. De acordo com Lemos (2013), a técnica peculiar de cada época propicia distintas práticas culturais de sociabilidade, isto é, os avanços tecnológicos fazem parte dos hábitos cotidianos produzidos pela sociedade, tornando-se, portanto, um importante fenômeno de investigação no campo da Comunicação, por meio do qual se pode compreender o papel que as mídias sociais desempenham nesse contexto e a relação entre tecnologia e desenvolvimento cultural.

A utilização de novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) nas atividades das bibliotecas relaciona-se com as novas formas de produção e consumo culturais, como o relacionamento em rede virtual com os seus usuários. A possibilidade de interação *online* é importante para que as bibliotecas criem mais um canal de comunicação com o público, ampliando o alcance de suas informações, assim como para manifestar e provocar interesses, discussões, ideias e reflexões entre as pessoas ali presentes. Desse modo, haverá não só a troca de informações, mas também um compartilhamento cultural entre o público, no qual a biblioteca conversa com os usuários, conhece suas demandas e expectativas, além de possibilitar que eles colaborem para a criação de conteúdos, serviços e produtos.

Para o desenvolvimento e a fundamentação dos objetivos desta dissertação, foram formuladas hipóteses referentes ao problema de pesquisa que, ao final do trabalho, poderão ser refutadas ou confirmadas a partir da análise realizada, são elas:

- 1) A Biblioteca de São Paulo destaca-se no Brasil por oferecer serviços dinâmicos e culturais que vão além dos tradicionais, e isso tem se expandido ao ambiente do *Facebook*;
- 2) É possível promover ações culturais no *Facebook* com o desenvolvimento de estratégias de comunicação pelas bibliotecas;

3) A participação dos usuários junto ao *Facebook* da Biblioteca de São Paulo é feito de modo incipiente.

A partir dessas hipóteses, esta pesquisa tem como objetivo geral: investigar, por meio de estudo de caso, a utilização do *Facebook* pela Biblioteca de São Paulo na promoção da ação cultural.

Os objetivos específicos da pesquisa estão divididos em quatro tópicos relacionados a seguir:

- a) Mostrar a relação entre mídias sociais e ação cultural;
- b) Verificar quais assuntos são abordados nas publicações da Biblioteca de São Paulo no *Facebook*;
- c) Analisar como ocorre a interação da Biblioteca de São Paulo e o engajamento dos seguidores em sua *fanpage* no *Facebook*;
- d) Investigar, por meio da análise de conteúdo, a promoção de ações culturais nas postagens do *Facebook* da Biblioteca de São Paulo com base em três eixos da ação cultural: criar, refletir e informar.

Como fundamentação teórica da pesquisa, foram utilizados os conceitos sobre mídias sociais com base nos autores Telles (2011), Torres (2010), Lévy e Lemos (2010), Recuero (2009; 2010; 2015) e Altermann (2010), e sobre ação cultural com base nos conceitos propostos por Milanese (2002; 2003), Coelho (1989), Barros (2010), Flusser (1983) e Cunha (2010).

O percurso metodológico compreendeu os seguintes procedimentos: uma revisão de literatura acerca de bibliotecas públicas e mídias sociais no contexto brasileiro, sobre ação cultural em bibliotecas públicas e, por fim, sobre ação cultural em mídias sociais, com o intuito de conhecer a discussão existente sobre essas temáticas e verificar possíveis contribuições da literatura para o desenvolvimento desta pesquisa; um estudo de caso centrado na Biblioteca de São Paulo, onde foi feita a coleta de dados em sua *fanpage* no *Facebook*, por meio da ferramenta digital *Netvizz*, e que, em seguida, foram categorizados e analisados por meio da análise de conteúdo proposta por Bardin (1977).

O desenvolvimento deste texto é composto de sete capítulos divididos da seguinte maneira: o primeiro é esta introdução, que contextualiza o tema de pesquisa, seu problema, sua justificativa, seu objeto, suas hipóteses e seus objetivos, delineados como base para o prosseguimento da investigação. O segundo capítulo discute a presença das TICs na sociedade, as mídias sociais e as novas práticas culturais. O terceiro apresenta a revisão de literatura acerca da utilização de mídias sociais pelas bibliotecas públicas, apresentando os

sistemas estaduais de bibliotecas públicas existentes no Brasil, a missão cultural das bibliotecas públicas e o conceito de Biblioteca Viva. O quarto capítulo refere-se ao embasamento teórico acerca de ação cultural, bem como traz a revisão de literatura sobre o tema nos âmbitos nacional e internacional. O quinto capítulo detalha os procedimentos metodológicos adotados para a coleta e a análise dos dados. No sexto capítulo, são descritas as características do objeto em estudo, a categorização dos dados, a análise de conteúdo, os resultados obtidos e a análise reflexiva sobre eles, retomando o referencial teórico do trabalho. O sétimo capítulo traz as considerações finais para os resultados provenientes da pesquisa.

2 TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: NOVAS PRÁTICAS CULTURAIS

Neste capítulo serão apresentadas questões relacionadas às TICs, mídias sociais, *Web 2.0* e Biblioteca 2.0, buscando entender como esses elementos estão relacionados às atividades sociais, podendo proporcionar novas maneiras para interação e troca de informações, o que se estende ao contexto dos serviços desempenhados pelas bibliotecas, especialmente as novas estratégias que elas podem desenvolver para se conectarem com seus públicos.

Como um dos objetivos desta pesquisa concentra-se em mostrar a relação entre mídias sociais e ação cultural, este capítulo é necessário para contextualizar o âmbito em que essas plataformas estão inseridas na sociedade.

Entende-se que as TICs referem-se “ao conjunto de dispositivos, serviços e conhecimentos relacionados à uma determinada infraestrutura, composta por computadores, *softwares*, sistemas de redes etc.” que dispõe de “capacidade de produzir, processar e distribuir informações para organizações e sujeitos sociais” (VELOSO, 2011, p. 49). Nestes termos, as TICs podem ser exemplificadas como os computadores, o telefone celular, a internet, a TV digital, as tecnologias de acesso remoto e outras que influem nos modos de interação e na própria organização social.

Ainda segundo Veloso (2011), entende-se que a tecnologia é um produto histórico fruto do trabalho realizado pelo próprio meio social. Essas produções tendem a ser provenientes tanto de certas necessidades sociais, dentro de contextos culturais de organização e produção específicas, quanto da curiosidade humana por novas descobertas, aquisição de conhecimentos e processos de desenvolvimento que levam à prática inventiva.

Ao longo do tempo, a sociedade experimentou uma série de inovações tecnológicas que influenciaram os modos de comunicação, o compartilhamento de informações e os registros do conhecimento. Essas mudanças vão desde a invenção da imprensa gráfica de Gutemberg no século XV, o desenvolvimento dos meios eletroeletrônicos como a televisão e o rádio no século XX, até a criação dos primeiros computadores em 1942 (BRIGGS E BURKE, 2016).

Castells (2010) indica que foi justamente durante e após o período da Segunda Guerra Mundial que diversas tecnologias eletrônicas foram descobertas, mas somente após a década de 1970 é que as tecnologias da informação difundiram-se de modo mais amplo, estabelecendo novos paradigmas.

A partir de então, houve constantes inovações com o surgimento de novas TICs, tais como a internet, a *world wide web* e a rede de computadores (BRIGGS E BURKE, 2016). Essas tecnologias projetaram uma nova conjuntura global de conexão comunicativa, na qual o distanciamento entre o tempo e o espaço foram sendo superados para uma comunicação quase que em tempo real. Esse novo modelo de conexão acompanhou o próprio desenvolvimento da economia global, que possibilitou que o compartilhamento de informações também se tornasse global.

Thompson (2014), ao retratar o contexto da globalização na comunicação, argumenta que ela se refere à interconexão entre diversas partes do mundo, na qual a transmissão de informações ocorre com certa facilidade mesmo em lugares muito distantes uns dos outros, pois o acesso às mensagens, provenientes de diversas fontes, pode ser feito remotamente, onde há uma conexão instantânea ou virtualmente instantânea. Recuero (2009, p. 135) e Castells, (2010) convergem com essa concepção ao indicarem que a utilização da internet possibilitou a criação de redes globais que transcendem fronteiras. Ou seja, as conexões na rede de internet promovem a diminuição e até mesmo a eliminação de barreiras físicas.

Esse contexto tem gerado uma nova cultura virtual marcada pela cibercultura, movimento caracterizado pela prática social que ocorre no ciberespaço com novas formas de interação que incluem a sociabilidade no ambiente tecnológico (LEMOS, 2013). O ciberespaço é conceituado por Lévy (2010, p. 94) como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Assim, entende-se o ciberespaço como o ambiente virtual onde ocorrem as trocas comunicacionais por meio das redes de computadores, com a utilização de dispositivos como *tablets*, *smartphones*, *notebooks* e computadores que são interconectados pela internet.

Esse novo ambiente de comunicação em rede tem se efetivado no sentido de propiciar não só novos hábitos comunicacionais, mas também novas práticas sociais e mobilização em grupo, uma vez que ocorre a reconfiguração dos espaços tradicionais e da estrutura social, pois “as modificações sofridas nos meios revelam como a sociedade apropria-se dessas estruturas no sentido de ampliar a conversação, criando novas lógicas e processos de interação social” (MAINIERI, 2016, p. 46).

Tomando por base esse contexto global e de interconexão virtualizada, acredita-se que as bibliotecas devem aproveitá-lo para alcançar até mesmo o público que vive longe de suas instalações físicas, disponibilizando serviços na internet que podem ser aproveitados por outras comunidades.

É o que diz Veloso (2011), por exemplo, ao indicar que as TICs têm papel importante nos diversos ambientes de trabalho, demonstrando que elas podem ser utilizadas para desenvolver habilidades e competências, além de criar novas dimensões de trabalho para gerar mudanças e resultados positivos em diversas áreas de atuação.

Vê-se que as atividades desenvolvidas pelas bibliotecas também são afetadas pelas tecnologias, de modo que os profissionais precisam iniciar processos de adaptação para inserir esses recursos informáticos na rotina de trabalho e na oferta de serviços aos usuários. Isso pode ser visto na automação de atividades com *softwares* para processamento técnico dos documentos e para a circulação de materiais que otimizam o registro, a pesquisa e a recuperação das informações, com a implantação de bases de dados *online*, bibliotecas virtuais, serviço de referência remoto, entre outros.

Essas adaptações são motivadas não somente pela evolução da técnica², mas também em consonância com as transformações históricas, políticas e culturais pelas quais passa a sociedade. No âmbito das atividades de bibliotecas, isso é visualizado com a evolução do paradigma da informação, que permitiu que a concepção de acesso restrito ao conhecimento se elevasse para a “democratização do saber” (BAPTISTA, 2009, p. 25). O modelo voltado para a disseminação e o compartilhamento de informação acompanha a essência do papel social das bibliotecas.

Pelo fato de a internet proporcionar a ampliação do espaço de sociabilidade são criadas novas possibilidades de atuação para as bibliotecas, que devem conhecer quais práticas e de que maneira podem aproveitar esse recurso para o desempenho de suas atividades e para a obtenção de bons resultados.

É importante frisar, conforme corroboram Lévy (2010) e Cardoso (2009), que o desenvolvimento da tecnologia em si não é feito de modo isolado dos contextos sociais, tampouco reflete em um efeito passivo da técnica no cotidiano, o que implica dizer que na verdade são as próprias configurações e atividades sociais que impulsionam a produção dessas tecnologias em determinada cultura. As mudanças culturais ocorrem porque a cultura não é fixa e se modifica no decorrer da história social, afinal, “ela é construída, reconstruída, elaborada e reelaborada na interação do ser com o outro, com o espaço, com o território, enfim, com o mundo” (BORGES, 2013, p. 74-75).

Bauman (2013) e Coelho (2008) apontam que isso reflete o aspecto fluído da cultura, especialmente no contexto da globalização, no qual as mudanças culturais ocorrem

² Segundo Cardoso, Santos e Vargas (2009) e Santaella (2003) a técnica pode ser entendida como saber fazer ou os modos de realizar determinada tarefa.

constantemente e adquirem novos hábitos e costumes, produzindo, assim, as diferenças. Por isso, aliás, uma das características essenciais da cultura é sua dinamicidade, ou seja, a cultura não é estanque. Desse modo, estudar as características culturais da sociedade contribui para o entendimento dos processos de transformações por quais passa a sociedade.

Percebe-se que o contexto histórico que envolve as mais diversas ações, evoluções e construções sociais dos indivíduos influencia o delineamento da cultura e a construção de novas práticas da vida em sociedade, e isso se afirma de acordo com as relações que os indivíduos estabelecem entre si.

As mudanças culturais marcadas pela aderência das TICs projetaram novas características para o processo comunicacional, sobretudo aquelas relacionadas à participação do receptor, que serão abordadas no tópico seguinte.

2.1 RECEPTOR PARTICIPATIVO NA COMUNICAÇÃO: O ENGAJAMENTO *ONLINE*

Por muito tempo, estudos na área da Comunicação apontavam para a noção de um receptor passivo no processo comunicacional. Isto é, o indivíduo manipulado pelas agências de comunicação que aguardava pela chegada das informações, consumindo conteúdos massivos, especialmente aqueles transmitidos pela televisão e pelo rádio.

A evolução dos meios de comunicação e as mudanças sociais implicaram na formação de uma sociedade mais complexa, com novas demandas no consumo de produtos informacionais. Desse modo, a característica de um processo de comunicação único e linear cedeu lugar a uma estrutura mais dinâmica.

Em estudo sobre recepção e comunicação, Sousa (1995) traz importantes reflexões sobre as mudanças nas práticas comunicacionais e na cultura diante das transformações sociais e tecnológicas. O autor aponta para o novo lugar do receptor na comunicação, agora como sujeito ativo que faz parte do processo comunicacional, onde se desconstrói o domínio do emissor sobre o receptor, que antes “era tido sempre como indivíduo/objeto/mercadoria/instrumento, um sujeito reificado” (SOUSA, 1995, p. 20).

Atualmente, com a pluralidade de fontes de informação existentes, a produção de conteúdos tem se tornado mais heterogênea, visando inclusive a satisfazer as demandas específicas de informação dos indivíduos. A internet, por exemplo, tem se configurado como um meio que proporciona aos indivíduos a manifestação de modo “mais democrático”, onde há a descentralização da fonte emissora da informação. Isso ocorre, conforme Lévy e Lemos (2010), porque a internet promove a comunicação de modo multidirecionado, onde todos

falam para todos. De acordo com Kerckove (2009, p. 72) “a internet é uma rede de redes que permite a transmissão muito precisa e coloca o controle nas mãos do usuário”. Isto é, a internet propicia que os indivíduos interajam com certa autonomia para produzir seus próprios conteúdos na rede e para escolher as informações que desejam consumir.

Trazer à tona essa nova concepção do receptor no processo comunicacional é importante para perceber o lugar protagonista que os públicos das bibliotecas estão ocupando no processo por demanda de informações e serviços. Mais do que nunca os usuários devem ser ouvidos para se tornarem participativos na solicitação de serviços e não aguardarem passivamente para consumir os produtos.

No contexto que envolve a interação dos sujeitos nas mídias sociais, o receptor pode ser considerado como o motor da produção de conteúdos nesses meios, tendo em vista que muitas instituições fazem uso dessas mídias para buscar conexão com os clientes e atrair seus públicos para as atividades que desenvolvem. No entanto, a efetividade desse processo está diretamente relacionada ao nível de engajamento dos usuários em relação às páginas dessas instituições.

No âmbito das estratégias de *marketing* de empresas, o engajamento é estudado para entender a relação do consumidor com as marcas. Vivek (2009) indica que o engajamento corresponde à intensidade de participação do consumidor e à conexão que ele tem com os serviços de uma empresa e/ou com as suas atividades. Assim, quanto mais intensa e mais próxima for a conexão e participação que um consumidor possui com determinada empresa, maior será considerado o engajamento entre eles.

Para o pesquisador Brian Haven (2007, p. 4), o engajamento se refere ao conjunto de indicadores quantitativos e qualitativos que vão além das métricas de alcance e frequência para compreender “o nível de envolvimento, interação, intimidade e influência que um indivíduo tem com uma marca ao longo do tempo”.

Esses quatro componentes são descritos pelo pesquisador como essenciais para conceituar o engajamento em relação ao comportamento do cliente com empresas e marcas. Para melhor entendê-los, será apresentado no Quadro 1 a descrição desses quatro aspectos, exemplificando como eles ocorrem.

Quadro 1 – Os quatro componentes do engajamento.

Envolvimento	Interação	Intimidade	Influência
É o componente de medida mais básico de engajamento e reflete aspectos mensuráveis do relacionamento de um indivíduo com uma empresa ou marca. Inclui ações como visitas a um site ou a uma loja física, tempo de navegação e visualização em sites. Medir estas atividades é fundamental pois elas são muitas vezes o primeiro contato de interação que um indivíduo faz com uma marca e são a base para fazer conexões com outras métricas.	Este componente fornece com mais profundidade o que o envolvimento sozinho não mensura, como, por exemplo, dados sobre as contribuições de pessoas por meio de comentários e publicação de conteúdos em <i>blogs</i> da empresa, os pedidos de informações sobre produtos, as conexões nas mídias sociais e as discussões em fóruns.	Este componente mede o afeto ou sentimento individual que uma pessoa tem por uma marca, sendo eles positivos ou negativos. Isso inclui sua opinião, perspectiva ou paixão pela marca, conforme representado pelas palavras que a pessoa usa e o conteúdo que ela cria. As informações podem ser obtidas por meio de rastreamento de opinião em sites, <i>blogs</i>, serviços tradicionais de atendimento ao cliente ou pelas mídias sociais.	Engloba a notoriedade da marca, a lealdade e a probabilidade de um indivíduo voltar a comprar um produto ou recomendá-lo a outra pessoa, amigos ou familiares. Isso é medido por meio das classificações e nível de satisfação do cliente em relação aos produtos e serviços, a afinidade com a marca, os conteúdos compartilhados com amigos, mensagens deixadas em <i>blogs</i> de perfis renomados.

Fonte: elaborado pela autora, adaptado de Haven (2007).

Percebe-se que os componentes propostos pelo autor se aproximam do contexto da comunicação que envolve a relação de cliente-empresa. O engajamento, então, relaciona-se com o grau de interação entre eles. No âmbito da biblioteca pública, esse aspecto será percebido nas relações estabelecidas entre o seu usuário/público e os produtos e serviços que ela oferece.

Para entender como o engajamento ocorre no ambiente de comunicação do *Facebook*, vejamos a proposta das pesquisadoras Cvijikj e Michahelles (2014). Para elas existem quatro maneiras do usuário engajar-se com uma empresa no *Facebook*. A primeira é postando conteúdo diretamente na página da instituição, a segunda é comentando um conteúdo que foi postado pela instituição. A terceira forma de engajamento é mostrando-se interessado no conteúdo que foi postado, por meio do botão “curtir”. A quarta maneira mencionada é compartilhando o conteúdo da empresa em sua própria página pessoal do *Facebook* para que seus amigos vejam.

Para o especialista em tecnologias digitais Brian Solis (2010), o engajamento *online* está relacionado a alguns aspectos dos quais se destaca o de relevância, que está relacionado

ao conteúdo que é publicado nas mídias sociais. Segundo o autor, para que uma empresa tenha relevância não basta divulgar os seus produtos em redes sociais, ela precisa ir além disso, pois o público espera que essas ferramentas discutam soluções de problemas comuns e ajudem o cliente a entender melhor como utilizar determinado serviço ou produto.

Por isso, enfatiza-se que as mídias sociais são ambientes propícios para a promoção de diversas ações. A biblioteca pública, além de utilizar o *facebook* para divulgação e *marketing*, tem a oportunidade de publicar conteúdos relacionados às questões de interesse da população, ajudando na resolução de problemas, debatendo oportunidades e explicando os benefícios que suas atividades proporcionam para a vida da comunidade. Para isso, ela precisa compreender as características da comunidade, trabalhando em estratégias de comunicação para compartilhar conteúdos que dialoguem com os interesses desses usuários, além de permitir uma criação de conteúdos de modo mais colaborativo.

A partir do conteúdo que tiver mais engajamento, isto é, mais comentários, mais curtidas e mais compartilhamentos, a biblioteca pode, por exemplo, produzir mais serviços relacionados ou identificar carências em assuntos a serem mais abordados, instigando o interesse pelo novo, pois isso é importante para colocar os usuários como independentes para escolher, produzir e consumir produtos informacionais e culturais. Além disso, as bibliotecas têm a possibilidade de alcançar diferentes públicos que se identifiquem com essas informações, abrangendo, portanto, tanto os usuários reais, aqueles que já frequentam seus espaços e utilizam seus serviços, como os usuários potenciais, aqueles que podem vir a fazer parte do seu público.

Bordenave (2001) enfatiza a questão da participação na Comunicação como essencial para alcançar objetivos comuns entre as pessoas. No *Facebook*, essa participação acontece por meio das postagens, da interação entre os perfis, das reações, das curtidas, dos comentários e dos compartilhamentos, demonstrando a liberdade para emissão e recepção das mensagens.

A liberdade para emitir mensagens em um processo comunicacional é elemento determinante para o contexto das Bibliotecas 2.0, tendo em vista que, a partir disso, o público que interage nas mídias sociais dessas instituições tem a oportunidade de atuar de forma colaborativa para produzir conteúdos de seu interesse e não apenas aguardar passivamente a recepção de informação, conforme será demonstrado no tópico seguinte. Os aspectos relacionados ao engajamento serão retomados no Capítulo 6, onde serão apresentados os resultados obtidos com a pesquisa a partir da análise das atividades da BSP no *Facebook* e do comportamento dos seguidores da página em relação a essas atividades.

2.2 WEB 2.0 E BIBLIOTECA 2.0

No percurso de aperfeiçoamento das novas tecnologias da informação e da comunicação, diversas ferramentas, equipamentos e suportes são desenvolvidos. Segundo O'Reilly (2005), a *Web 2.0* é um desses elementos, a qual se caracteriza por ser uma nova geração de ferramentas colaborativas para criar, compartilhar e organizar conteúdos na *web*, contando, sobretudo, com o aspecto relacional que proporciona.

Rezende, Martins e Silva (2016, p. 487) definem a *Web 2.0* como “o conjunto de novas tecnologias e padrões para desenvolvimento de páginas interativas na Internet que disponibilizam recursos para que os usuários possam publicar conteúdos e interagir”. Segundo os autores, essa interação pode ocorrer por meio de curtidas, compartilhamentos e comentários nos objetos dessas páginas.

Desse modo, entende-se que a *Web 2.0* configura-se como um ambiente de interação na *web* em que a produção de conteúdos pode ser feita de modo coparticipativo entre as pessoas, onde, além de conteúdos já prontos, há, de certa maneira, maior poder para que cada um crie seus próprios conteúdos, concorde ou discorde das informações compartilhadas na rede.

Por proporcionarem um novo meio de interação, essas ferramentas de comunicação também surtem efeitos nas formas de trabalho e serviços, as quais tem sido incorporadas nas atividades de pessoas e instituições no sentido de não somente divulgar mensagens, mas também proporcionar um contato participativo do público. É o que ocorre em *blogs*, enciclopédias colaborativas como a *Wikipedia*, mídias sociais, *Wikis*, RSS, dentre outros (BRITO, SILVA, 2010; MARGAIX ARNAL, 2007). No contexto das bibliotecas, esse conceito começou a ser introduzido para evidenciar a emergência de Bibliotecas 2.0, que buscam integrar esses dispositivos em suas atividades.

Segundo Casey (2005a), Bibliotecas 2.0 são justamente aquelas que utilizam as tecnologias da *Web 2.0* para aprimorar serviços já existentes e criar novos. Ao se depararem com essas tecnologias, as bibliotecas são desafiadas a desenvolverem serviços que se adequem ao atual contexto interacional, às características e às demandas dos usuários que vão se inserindo nesses novos ambientes.

Maness (2006, p. 2) define Biblioteca 2.0 como “a aplicação de interação, colaboração e tecnologias multimídia baseadas na *web* para serviços e coleções de bibliotecas baseados em *web*”. A perspectiva do autor é entender as Bibliotecas 2.0 no âmbito da *web* em si e as diversas ferramentas que nela são aplicadas para interagir com indivíduos e

comunidades, pois “Biblioteca 2.0 é uma comunidade virtual centrada no usuário” (MANESS, 2006, p. 3). Esse aspecto relaciona-se com as funções sociais da biblioteca para permitir acesso e produção de conteúdos com foco no público. No que se refere às ações desenvolvidas pelas bibliotecas públicas, acredita-se que, por serem espaços de sociabilidade, sua participação em comunidades virtuais permite a agregação de outras pessoas que se encontram na rede e, ainda, a formação de grupos articulados em prol de benefícios em comum.

Para que esses benefícios sejam efetivados, é necessário que haja a disposição e a colaboração do usuário, “pois se espera que a nova biblioteca ofereça serviços e mecanismos necessários para estabelecer uma relação mais estreita com o usuário dos serviços de informação” (BRITO, SILVA, 2010, p. 5).

Nessa perspectiva, retomando o objetivo geral desta pesquisa, que é o de investigar a promoção de ação cultural com o uso do *Facebook*, percebe-se que a biblioteca deve publicar conteúdos que estimulem a participação dos seus seguidores por meio de comentários e reações e das demais ferramentas que a plataforma disponibiliza, como vídeos ao vivo, enquetes, eventos etc.

Segundo Casey (2005b), a implantação dessas tecnologias em bibliotecas públicas, não é algo fácil devido aos modelos de procedimentos ultrapassados que ainda utilizam, à escassez de recursos, às expectativas dos usuários, entre outras questões. Nesses termos, entende-se que as mídias sociais tornam-se uma das possibilidades de concretizar essas interações de modo participativo entre bibliotecas e usuários no ciberespaço. Mas, para desenvolver a utilização dessas tecnologias e elaborar estratégias para a interação do público nessas plataformas, deve haver recursos financeiros, administrativos e humanos.

No tópico a seguir, abordaremos algumas características concernentes às mídias sociais, fornecendo maior aproximação com o objeto de estudo.

2.2.1 Mídias sociais: contribuições para um conceito

Após a leitura de textos encontrados na literatura, percebeu-se que não há um consenso entre os autores para definir o que são as plataformas de interação conhecidas como *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Twitter* e *blogs*. Alguns teóricos têm utilizado as expressões redes sociais, redes virtuais, mídias sociais e sites de redes sociais para designar esses elementos. Diante disso, o objetivo deste tópico é encontrar um conceito para esses ambientes de interação, identificando seus componentes em comum e determinar o termo adotado neste

trabalho, tendo em vista que o *Facebook* foi o o objeto de estudo utilizado para responder ao problema de pesquisa. Além disso, como será feita uma revisão de literatura acerca da utilização de mídias sociais pelas bibliotecas, foi necessário definir o conceito desse termo para utilizá-lo nos campos de pesquisa das bases de dados, com o intuito de recuperar de maneira mais precisa os trabalhos relacionados com os objetivos propostos nesta dissertação.

A dinâmica de redes sociais em si não é fato que surgiu com o advento da internet. Castells (2010) enfatiza que esse tipo de relação social já existia muito antes das interações *online*. Isso pode ser constatado pela própria necessidade de comunicação da sociedade, pelo trabalho coletivo e pela busca de conhecimento, onde as trocas de informação entre os indivíduos são estabelecidas em certas redes de contato social. No entanto, a presença cada vez mais intensa da internet no cotidiano social possibilitou que a noção de rede social se expandisse para o ambiente virtual, com o surgimento de novos espaços de interação.

Recuero (2009) considera as redes sociais na internet como o conjunto de relações formadas pelas interações sociais que utilizam suportes de tecnologias digitais de comunicação. A autora indica que essas redes podem ser resultado do tipo de uso que os atores sociais fazem das ferramentas na internet (os sites de redes sociais).

O conceito de sites de redes sociais foi cunhado por Boyd e Ellison (2007, p. 211) como:

serviços baseados na *web* que permitem que os indivíduos: (1) construam um perfil público ou semi-público dentro de um sistema delimitado, (2) articulem uma lista de outros usuários com os quais compartilham uma conexão e (3) visualizar e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema. (tradução nossa).

Compreende-se, então, que os sites de redes sociais são ferramentas que possibilitam a criação de perfis individuais, compartilhamento de conteúdos entre os interagentes e a exposição pública dos perfis dos usuários.

Recuero (2009) estabelece a diferença entre redes sociais e sites de redes sociais afirmando que os sites são os espaços utilizados pelos atores sociais para a expressão das redes sociais na internet, utilizando, para isso, as ferramentas mediadas por computador. Nesse sentido, entende-se que os sites de redes sociais configuram-se como uma categoria de *softwares* na internet para a utilização da comunicação mediada por computador³.

³ Recuero (2009) cita as características dos sites de redes sociais, de acordo com o trabalho de Boyd e Ellison (2007).

Telles (2011, p. 7) seguindo esse raciocínio indica que as redes sociais na internet “são ambientes que focam reunir pessoas, os chamados membros, que uma vez inscritos, podem expor seu perfil com dados como fotos pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidades”.

Pode-se entender, portanto, que os sites de redes sociais referem-se ao sistema em si, com a característica de *softwares online*, e as redes sociais são as relações que são estabelecidas nesses sistemas a partir da interação entre os membros de determinada rede.

As mídias sociais, por sua vez, são entendidas por Recuero (2010) como um grupo de dinâmicas das redes sociais, estas configuradas em grupos sociais. Para ela “são as dinâmicas de criação de conteúdo, difusão de informação e trocas dentro dos grupos sociais estabelecidos nas plataformas *online* (como sites de rede social) que caracteriza aquilo que chamamos hoje de mídia social” (RECUERO, 2010, [s.p]).⁴ A autora demonstra que as redes sociais são as relações entre os interagentes, ao passo que as mídias sociais são o conjunto de interações que ocorrem nesses ambientes.

Telles (2011) parece corroborar com essa concepção, argumentando que as redes sociais são uma categoria das mídias sociais e que estas são caracterizadas por uma série de ferramentas da *web 2.0*. Nesse mesmo sentido, Altermann (2010) esclarece que as redes sociais são formadas pela interação dos indivíduos com interesses comuns, e as mídias sociais tem o objetivo de divulgar e compartilhar conteúdos e também permitem interação e relações entre as pessoas.

Em estudo mais recente, Recuero (2015) complementa seu entendimento sobre as mídias sociais como um sistema que envolve as interações e engajamento entre os usuários em páginas no *Facebook* e contas no *Twitter*, por exemplo, justificando que as conexões e os compartilhamentos realizados pelas pessoas nessas redes são o que as tornam ativas.

Torres (2010, p. 74) traz uma definição precisa para mídias sociais, entendendo-as como “sites na Internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos”. O autor inclui nessas categorias os *blogs*, as redes sociais, os sites de conteúdo colaborativo e outros que abrangem comunicação, relacionamento, multimídia e entretenimento.

Assim, pode-se concluir que as redes sociais são interações possíveis de ocorrer em ambientes de mídias sociais, aquelas que ocorrem pela comunicação mediada por computador a partir de uma plataforma virtual ou digital. Por outro lado, a concepção de mídia social é

⁴ A informação do número da página não foi indicada, pois trata de um texto publicado em *blog* contido na *home page* pessoal da autora.

mais ampla, pois nela pode haver interações que criem aspectos de redes sociais. Por exemplo, ao considerarmos o *Facebook* como uma mídia social, entende-se que a pura existência da plataforma não indica que ali há uma rede social, pois somente a interconexão entre os atores sociais que a utilizam formarão as redes sociais.

Isso pode ser constatado no que indica Lemos (2013, p. 266) ao configurar as mídias sociais como uma estética social caracterizada pela movimentação das relações que ocorrem no ciberespaço por meio de *chats*, fóruns, listas de discussão, comunidades virtuais etc. Recuero (2009, p. 22) também relaciona as mídias sociais ao estudo do ciberespaço, ao entender que estudar essas mídias é “estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço”.

Isto é, ao estudar as mídias sociais podem ser compreendidas as dinâmicas das relações que se estabelecem entre os grupos sociais que interagem nesses ambientes. Desse estudo poderão também ser entendidos os efeitos dessas interações para o espaço *offline*, o grau de afinidade e efetividade entre os laços sociais, dentre outras características. Por isso, a proposta desta dissertação busca conhecer como a Biblioteca de São Paulo utiliza o *Facebook* para promover ação cultural, de modo que será analisado que tipo de conteúdo é compartilhado e como se dá a interação com os seguidores nesse ambiente.

Para entender melhor o que é possível acontecer na dinâmica de mídias sociais, veja-se no quadro a seguir um histórico realizado por Boyd e Ellison (2007) sobre as principais redes sociais na internet, que indica o surgimento e funcionalidades de algumas mídias sociais.

Quadro 2 – Histórico do surgimento das mídias sociais

Ano	Mídia social	Principais Funcionalidades
1997	<i>SixDegrees</i>	Criação de perfis pelos usuários, navegação na lista de amigos, envio de mensagens entre si.
1997-2001	<i>BlackPlanet</i> , <i>Migente</i> , <i>LiveJournal</i> e <i>Cyworld</i>	Além da criação dos perfis, permitiam a exposição pública dos mesmos.
2001	<i>Ryze</i>	Ferramenta potencializadora de redes de negócios.
2002-2003	<i>Friendster</i> e <i>Linkedin</i>	Expansão do <i>Ryze</i> . Permite criar redes de negócios, realizar conexões entre os perfis, oferta de empregos etc.
2003	<i>MySpace</i> , <i>Tribe.net</i> , <i>Dogster</i> e <i>Orkut</i>	O <i>MySpace</i> permite publicações de textos e imagens, gerenciamento de mensagens diretas, visualização e interação com os demais perfis e bate-papo com outros adeptos da rede. O <i>Orkut</i> foi uma rede social de compartilhamento que permitia a criação de perfis individuais, compartilhamento de textos e imagens.
2004	<i>Flickr</i> , <i>Catster</i> e <i>Facebook</i>	O <i>Flickr</i> é um aplicativo para compartilhamento de imagens, fotografias, desenhos. O <i>Facebook</i> é uma mídia social de relacionamento que permite a criação de perfis

		pessoais e páginas institucionais, publicação de textos, imagens, fotos, vídeos, além de bate-papo privado.
2005	<i>Youtube e Yahoo</i>	O <i>Yahoo</i> funciona como correio eletrônico, e o <i>Youtube</i> é uma site para compartilhamento de vídeos, mas que também possui certa interação na plataforma por meio de curtidas e comentários nos vídeos publicados.
2006	<i>Twitter</i>	Rede social do tipo <i>microblogging</i> que possibilita a interação entre seguidores por meio do compartilhamento de textos em até 140 caracteres.
2010	<i>Instagram</i>	Plataforma para o compartilhamento de fotos e publicação de histórias em tempo real. Permite conexão entre os usuários por meio de seguidores nos perfis e troca de mensagens em <i>chat</i> privado.

Fonte: elaborado pela autora a partir de adaptação de Boyd e Ellison (2007).

O que se percebe é que essas mídias sociais possibilitam diversos tipos de redes de relacionamento e o compartilhamento de informações por diversas fontes, o que é concretizado por meio da liberdade de criação de conteúdos e da interação entre os perfis. Esses modelos de mídias sociais representam o entendimento de comunicação, proposto por Lévy e Lemos (2010), que considera que esses meios possibilitam as pessoas expressarem-se de forma mais descentralizada, pois as fontes de informação são múltiplas e criam uma nova estrutura de rede de comunicação.

Desse modo, a partir desse momento, adotar-se-á nesta dissertação o termo mídia social devido este ser mais amplo, podendo englobar as redes sociais e os sites de redes sociais, conforme observado nos conceitos expostos. Além disso, após a análise da discussão teórica sobre o termo, considera-se que a noção de mídia social adequa-se mais à proposta de investigação desta pesquisa, uma vez que se pretende entender a utilização dessas plataformas de comunicação pelas bibliotecas para, então, analisar as relações que são estabelecidas com os seus seguidores.

2.2.2 Facebook

Neste tópico serão abordadas algumas características da mídia social *Facebook*. Tendo em vista que o objeto de estudo desta pesquisa concentra-se no *Facebook* da Biblioteca de São Paulo, foi necessário conhecer as principais funcionalidades dessa plataforma, quais são os comportamentos possíveis de serem criados a partir dela e, assim, melhor analisar a interação entre a biblioteca e os seus seguidores por meio de sua *fanpage*.

O *Facebook* foi criado por Mark Zuckerberg em fevereiro do ano de 2004, seu nome inicialmente era *TheFacebook* (GRIMMELMANN, 2009). Quando inaugurado, o objetivo da

plataforma era o de ser uma rede universitária acessível apenas aos estudantes da Universidade de Harvard, mas foi rapidamente se expandindo para outras instituições, e no ano de 2005 teve a aderência de milhões de usuários. Nos anos seguintes, suas funcionalidades foram evoluindo, e até hoje cresce o número de utilizadores (CORREIA; MOREIRA, 2015).

Segundo Kirpatrick (2010), apesar de ser uma plataforma virtual, o *Facebook* não pretendia substituir a comunicação face a face, mas, sim, valorizar os relacionamentos das pessoas que já se conheciam pessoalmente. Deste modo, as pessoas poderiam utilizá-lo para ampliar o contato que já acontecia nos ambientes físicos, ou até mesmo estreitar laços sociais por meio da conversação *online*. Ainda segundo o autor, isso se afirma no fato de que durante a expansão do *Facebook*, seus efeitos foram detectáveis em diversas esferas do cotidiano social, da intimidade e do relacionamento interpessoal – pessoas que não podiam mais manter um contato presencial, por exemplo, poderiam mantê-lo por meio do *Facebook*.

Para utilizar o *Facebook*, é necessário que o usuário crie uma conta para se registrar na plataforma, sendo que podem ser criados perfis individuais ou páginas. As páginas são “destinadas às marcas, empresas, organizações e figuras públicas, para que possam criar uma presença no *Facebook*, enquanto que os perfis representam indivíduos” (FACEBOOK, 2018a).

A conta no *Facebook* da Biblioteca de São Paulo caracteriza-se, portanto, como uma página na qual os membros conseguem seguir ou curtir-la sem necessitar de solicitação de amizade. Essa facilidade é importante para diminuir eventuais barreiras de acesso aos conteúdos publicados pela biblioteca, pois basta clicar no botão “seguir” para que os usuários passem a visualizar o *feed* de notícias das publicações da biblioteca e consigam reagir e interagir nessa página. O *feed* de notícias corresponde à uma lista que é atualizada constantemente com as publicações de amigos, páginas e demais conexões que o usuário criou dentro da plataforma (FACEBOOK, 2018a).

Atualmente, o *Facebook* disponibiliza diversas funcionalidades de interação. As principais delas são: publicação de textos, imagens, fotos, *links* e vídeos na linha do tempo; promoção de enquetes entre os seguidores; criação de eventos e grupos de discussão; compartilhamento de histórias em tempo real e conversas em bate-papo por meio de *chat* privado.

Nas postagens que são feitas por um perfil ou página, os seguidores podem reagir e interagir por meio de comentários, curtidas e compartilhamentos, que são inseridos logo abaixo das publicações (FACEBOOK, 2018a). A opção curtir foi inicialmente concebida por

Zuckerberg para que o usuário pudesse avaliar uma publicação com apenas um clique. Então, pode-se dizer que o botão curtir é utilizado para demonstrar que o interagente gostou de determinada mensagem. Conforme descrito pelo próprio *Facebook*, clicar em curtir “é um modo de dizer às pessoas que você curtiu a publicação, sem deixar comentários. Assim como ocorre em um comentário, todos que puderem ver a publicação poderão ver que você a curtiu” (FACEBOOK, 2018). Percebe-se que a Biblioteca de São Paulo dispõe no *Facebook* de várias maneiras de promover interação com os seus seguidores.

Em diversos países, o *Facebook* e o *Twitter* têm sido utilizados para a organização de manifestações sociais e atos contra os governos por meio da troca de mensagens, criação de grupos de discussão dentro da plataforma, eventos coletivos e demais ferramentas. Recuero (2009) exemplifica dois grandes casos de mobilização social na internet ocorridas no ano de 2008 com a utilização dessas plataformas: o primeiro ocorreu nos Estados Unidos, com a ampla divulgação das campanhas dos presidenciáveis Barack Obama e John McCain; outro ocorreu no Brasil, com a comoção nacional e a mobilização da população nas mídias sociais para ajudar as vítimas de uma catástrofe de enchente no Estado de Santa Catarina.

Nestes casos, o *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* e *blogs* foram importantes meios para impulsionar a movimentação social, resultando, respectivamente, na participação da população estadunidense em torno das eleições e na união das pessoas com atos de solidariedade em relação à tragédia.

Desse modo, entende-se que o *Facebook* pode ser considerado como um potencial meio para ações sociais, inclusive aquelas concernentes aos objetivos das bibliotecas públicas. No entanto, a mídia em si não é capaz de mobilizar a sociedade sozinha, pois é necessário que os atores que nela interagem façam uso estratégico de suas ferramentas para efetivar tais ações.

No próximo capítulo, demonstraremos como as bibliotecas públicas brasileiras têm integrado as mídias sociais em suas rotinas de trabalho, para assim verificar a função que o *Facebook* tem representado para essas instituições.

3 BIBLIOTECAS PÚBLICAS: MISSÃO CULTURAL E UTILIZAÇÃO DE MÍDIAS SOCIAIS

Este capítulo concentra-se em discutir a missão cultural e social da biblioteca pública, apresentando seu conceito e as características intrínsecas às atividades que desempenha. Em seguida, será apresentado a concepção de Biblioteca Viva, que é abordada como uma das propostas para atuação da Biblioteca de São Paulo, sendo, portanto, necessário entender como esse modelo de biblioteca está sendo concebido no Brasil. Tendo em vista que a biblioteca em análise está vinculada a um sistema estadual, para contextualizar o objeto de estudo da pesquisa, será exposto no tópico 3.2 um levantamento dos sistemas estaduais de bibliotecas públicas existentes no Brasil, a fim de verificar a presença dessas bibliotecas nas mídias sociais. Por fim, será exposta a revisão de literatura acerca da utilização de mídias sociais pelas bibliotecas públicas no contexto brasileiro.

3.1 BIBLIOTECA PÚBLICA: UMA INSTITUIÇÃO CULTURAL

As bibliotecas públicas são instituições existentes em diversos países e os seus serviços são constituídos a depender do contexto social em que estão inseridas.

A Federação Internacional de Associações e Instituições Bibliotecárias (IFLA), organismo que representa os interesses dos serviços de bibliotecas em âmbito internacional, conceitua biblioteca pública como “uma organização criada, mantida e financiada pela comunidade quer através da administração local, regional ou central quer através de outra forma de organização comunitária” que “disponibiliza o acesso ao conhecimento, à informação, à aprendizagem ao longo da vida e à obras criativas” (IFLA, 2013, p. 13).

A Biblioteca de São Paulo, nesse sentido, é uma instituição mantida e financiada pelo Governo do Estado e, por isso, se caracteriza como uma biblioteca pública estadual.

O Manifesto da IFLA/Unesco (1994) considera a biblioteca pública como um centro de informações que fornece as condições necessárias para que os indivíduos tenham uma aprendizagem contínua, de modo a possibilitar a tomada de decisão independente e o desenvolvimento cultural dos grupos sociais.

Com essas concepções, verifica-se uma amplitude nos serviços que as bibliotecas públicas disponibilizam, sobretudo no tipo de informação que disseminam, o qual não deve restringir-se aos materiais impressos, como livros e revistas. Fornecer as condições necessárias para que os indivíduos desenvolvam-se implica dizer que as bibliotecas devem

oferecer recursos diversos, como atividades práticas relacionadas com as áreas de educação, lazer, artes e cultura.

De acordo com Muller (1984) e Almeida Junior (2013), o surgimento das bibliotecas públicas que projetaram a concepção tal como a percebemos hoje remonta à segunda metade do século XIX, onde foram criadas as bibliotecas públicas dos Estados Unidos e da Inglaterra. Nestes casos, algumas características diferenciavam-nas dos modelos de bibliotecas que existiram anteriormente. Almeida Junior (2013) aponta que as principais distinções estavam relacionadas ao fato de serem mantidas pelo estado, de possuírem funções específicas e de ter como objetivo atender a toda sociedade.

Essas características, no entanto, foram constituindo-se e se transformando no decorrer do tempo. Isto é apontado por autores como Machado e Suaiden (2015), Muller (1984) e Paiva e Andrade (2014), que consideram que as funções da biblioteca são concebidas paralelamente às transformações das sociedades e em distintos períodos históricos. Isso inclui, por exemplo, a inserção de novas tecnologias, que passam a fornecer outros suportes para armazenamento e acesso à informação.

Machado, Calil Junior e Achilles (2014, p. 116) também entendem que os processos sócio-históricos influenciam a concepção das bibliotecas públicas e, por isso, elas encarregam-se de diferentes funções a depender do contexto em que se inserem, sendo algumas delas: a de memória, a de preservação cultural, a de incentivo à cultura, a de difusão da informação, a de acesso e de produção de conhecimento.

Por isso, destaca-se que o foco central dos objetivos da biblioteca pública mudou de um paradigma da simples preservação dos registros do conhecimento para o paradigma de disseminação (MACHADO, SUAIDEN, 2015) e, principalmente, o de cultura (MULLER, 1984). Considera-se, então, que a centralidade das suas atividades não está limitada à manutenção de coleções e assuntos administrativos, mas se expande às questões sociais.

De acordo com Machado, Calil Junior e Achilles (2014, p. 16), as bibliotecas públicas são compreendidas como instituições sociais justamente “porque servem a propósitos sociais, tais como: educação, cultura, lazer e informação”. Desse modo, percebe-se que a biblioteca pública é um local de apoio às demandas da sociedade.

Suaiden (1995) também considera que a biblioteca pública possui em sua essência as características de uma instituição social, tendo em vista o objetivo de “preservar e difundir o conhecimento” à comunidade local pela “amplitude de seu campo de ação” e “pela diversificação de seus usuários” (SUAIDEN, 1995, p. 20).

As bibliotecas públicas são, portanto, consideradas instituições sociais que objetivam o atendimento das demandas da comunidade em que estão inseridas. Por isso mesmo, elas devem estudar as características que essa comunidade possui, na busca de entender os anseios da população e, assim, desenvolver serviços e produtos que satisfaçam essas demandas.

Nesse sentido, compreende-se que as bibliotecas públicas têm um importante papel social especialmente relacionado ao respeito à diversidade cultural e às necessidades de uma sociedade cada vez mais heterogênea. O fornecimento da informação nos mais variados suportes, o acesso a produtos culturais e as demais atividades que promovam o desenvolvimento pessoal e coletivo das pessoas aproximam-se das ações que estimulam o pensamento crítico e levam à descoberta do novo, uma vez que “a informação só tem sentido se for possível discuti-la e transformá-la” (MILANESI, 2002, p. 103).

De acordo com Flusser (1983), a biblioteca, como um centro cultural, objetiva propagar em determinado grupo estímulos com fins ao desenvolvimento cultural de uma comunidade. Sendo a biblioteca uma instituição disseminadora da cultura, ela deve promover produtos, atividades e espaços propícios para o acontecimento dessas ações.

Isso é demonstrado por Robertson (2005, p. 60, tradução nossa), que indica que a biblioteca é um local necessário para a comunidade porque as pessoas precisam de espaços para o contato social que “ofereçam programas que reflitam e expandam seus interesses”. Os criadores e fornecedores de culturas, como artistas e escritores, também precisam de locais em que possam compartilhar suas produções e permitir a disseminação e a interpretação desses produtos culturais. Por ser um espaço de sociabilidade, a biblioteca tem atribuição fundamental no sentido de estabelecer e permitir o contato entre as pessoas.

Flusser (1983) suscita que, ao desenvolver projetos culturais, as bibliotecas deixarão de ser locais considerados como fontes de informação que somente esperam passivamente pela chegada de usuários. De outro modo, elas irão romper com seus paradigmas tradicionais, passando a ser centros necessários para uma “expressão cultural viva” (FLUSSER, 1983, p. 165). Essa expressão significa, sobretudo, a mobilização da comunidade para que haja manifestações livres e conscientes dos indivíduos, correspondendo com o papel importante das bibliotecas públicas no que se refere ao “desenvolvimento e manutenção de uma sociedade democrática, ao dar aos indivíduos acesso a um vasto campo de conhecimento, ideias e opiniões” (IFLA, 2013, p. 13).

A promoção da democracia pelas bibliotecas deve ser feita por meio da disseminação e do livre acesso às informações (FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL, 2000). De posse dessas informações, o indivíduo terá a base para a geração do conhecimento e para o

desenvolvimento do pensamento crítico. Ressalta-se que essas ações não devem ocorrer de modo isolado, mas, sim, de forma continuada, entendendo inclusive as dificuldades e barreiras enfrentadas pelo público.

Favorecer a democracia em nossa sociedade relaciona-se, sobremaneira, à promoção da cidadania. As bibliotecas públicas, portanto, precisam disponibilizar informações que abordem, por exemplo, os direitos e os deveres dos cidadãos, assuntos sobre inclusão social, acessibilidade, saúde pública etc. Esses elementos favorecerão a construção de saberes e de melhores condições de vida para a comunidade.

Isso deve ser feito pela oferta de diversos serviços e produtos, tais como: seminários sobre os direitos das mulheres e idosos, palestras sobre a promoção da saúde, empréstimo de materiais correlatos ao assunto, grupos de discussão, entre outros. Uma vez que a comunidade tenha acesso a essas informações, vários hábitos e práticas poderão ser melhorados para promover o bem-estar social.

Para Ferraz (2014), as bibliotecas públicas têm uma importante função social que diz respeito ao desenvolvimento de ações que atendam às demandas sociais já existentes, mas que também consiga perceber as necessidades que ainda não são conhecidas pela própria comunidade. A autora destaca que essas bibliotecas atuam como um centro de promoção cultural, servindo como veículo para o exercício da cidadania “na medida em que se torna um local de interação, debates e manifestações culturais e artísticas, extrapolando seu papel de democratização da cultura letrada” (FERRAZ, 2014, p. 22).

Segundo Rasteli e Caldas (2017, p. 44), no contexto contemporâneo, “o papel das bibliotecas se amplia quando colocado sob a perspectiva da cultura”, tendo em vista que a natureza de sua atuação deve ser conduzida com vistas à melhoria das condições sociais, da integração social e da tolerância multicultural.

Desse modo, as bibliotecas públicas, ao compartilharem informações, estimularem o debate e o pensamento crítico, mostram ao público as variadas culturas existentes, ajudando a promover a tolerância e o respeito entre as pessoas.

O próprio espaço físico dessas bibliotecas deve ser propício à redução das desigualdades sociais. Por exemplo, disponibilizando acesso à internet e a computadores, promovendo a inclusão digital, já que ainda é uma realidade a ausência desses equipamentos em muitas comunidades carentes. Cursos, oficinas, materiais de leitura adaptados a deficientes podem ser efetivos no desenvolvimento de novas habilidades, ajudando a diminuir as desigualdades sociais que ainda são bastante percebidas em nossa sociedade.

No âmbito das ações desenvolvidas pela Biblioteca de São Paulo, esses elementos

precisam ser incluídos em suas atividades para que ela se caracterize como uma verdadeira instituição cultural.

No Brasil, o Ministério da Cultura implantou em 2011 o Plano Nacional da Cultura, que compreende as bibliotecas como equipamentos culturais do tipo centro cultural. Isto é, são caracterizadas por locais destinados a realização e fornecimento de atividades artístico-culturais. Os equipamentos culturais “são lugares de trocas e disseminação de cultura” [...] que “podem ofertar diferentes bens e serviços culturais” (BRASIL, 2011, p. 65).

Essa ação do Ministério da Cultura ajuda a colocar as bibliotecas públicas como instituições essenciais para a promoção cultural, entendendo que são primordiais para a concretização das metas estabelecidas no Plano, tendo em vista a missão cultural que possuem.

De acordo com o documento são arroladas diversas metas relacionadas às bibliotecas públicas, as principais delas estão listadas abaixo:

- a) Meta 29: 100% de bibliotecas públicas, museus, cinemas, teatros, arquivos públicos e centros culturais atendendo aos requisitos legais de acessibilidade e desenvolvendo ações de promoção da fruição cultural por parte das pessoas com deficiência;
- b) Meta 32: 100% dos municípios brasileiros com ao menos uma biblioteca pública em funcionamento;
- c) Meta 34: 50% de bibliotecas públicas e museus modernizados.

Assim, as bibliotecas públicas devem ser “concebidas e construídas de modo a fomentar atividades sociais e culturais que apoiem os interesses da comunidade” (IFLA, 2013, p. 17). Entende-se que essas instituições precisam propor como um dos seus objetivos a promoção de ações culturais para constituir esse objetivo.

3.1.1 A concepção de Biblioteca Viva

No âmbito dos novos papéis sociais que estão sendo pensados para as bibliotecas públicas, um importante modelo vem sendo desenvolvido no Brasil e em outros países, como Chile e Colômbia. Trata-se do conceito Biblioteca Viva.

No Brasil, este modelo foi utilizado pelo Ministério da Cultura (Minc) como um dos objetivos do Programa Mais Cultura lançado no ano de 2007. Segundo o Programa, para que seja considerada como uma Biblioteca Viva a instituição deve ser um local dinâmico e atrativo aos usuários, promovendo a leitura nos mais variados suportes e o acesso a informações e produtos culturais.

Segundo o Minc, uma Biblioteca Viva “precisa ser um espaço vivo, onde convivam os livros, a música, os filmes, o teatro, a dança e toda uma programação cultural voltada para a formação de novos leitores e que desperte a participação das comunidades” (BRASIL, 2018b).

Algumas iniciativas desse tipo de biblioteca são as bibliotecas parque do Rio de Janeiro, mas que atualmente encontram-se desativadas, as bibliotecas do Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas de São Paulo (SisEB), as Bibliotecas Parque de Medellin na Colômbia e as Bibliotecas Públicas do Chile, que foram inspiração para o desenvolvimento do projeto no Brasil (SÃO PAULO, 2017b).

O projeto de bibliotecas vivas da Colômbia é uma das etapas do Plano Nacional de Leitura e Bibliotecas do Ministério da Cultura daquele país e vem sendo desenvolvido desde o ano 2009. O projeto tem como foco desenvolver espaços para a promoção da leitura; para o encontro e o diálogo entre as pessoas; para a oferta de fontes de informações em suportes variados e com temáticas importantes que se preocupem com os interesses da comunidade; para a promoção da cultura universal e o desenvolvimento de projetos de extensão que permitam o acesso pela população que se encontra distante destes centros. Algumas das atividades que desenvolvem são: sala para artes plásticas, escola de música, teatro, clube de leitura, computadores e salas para acesso à internet (RED DE BIBLIOTECAS FUNDACIÓN EPM, 2018).

Por isso, entende-se que essa concepção de bibliotecas é importante para efetivar a atuação das bibliotecas públicas no que se refere à sua atuação em locais onde convivam pessoas em situação de vulnerabilidade social, como periferias, favelas e comunidades carentes no geral, ajudando, inclusive, na diminuição do risco social da comunidade, uma vez que irá possibilitar o lazer, a aquisição de conhecimento, o desenvolvimento de habilidades e demais questões que propiciem a qualidade de vida da população.

No Chile, foi criada uma rede composta por dez bibliotecas que juntas formam a Biblioteca Viva. Esse foi um projeto desenvolvido pela Fundação *La Fuente*, que é uma instituição privada sem fins lucrativos. O programa visa desenvolver espaços abertos a toda a comunidade, tendo como objetivos possibilitar o acesso à leitura e a expressões culturais e levar benefícios aos demais setores da sociedade que estão distantes de circuitos culturais. Algumas das atividades desenvolvidas pelas bibliotecas são: clube de leitura, jogos para aprendizagem de idiomas, oficinas de gastronomia, oficinas de reciclagem e cinema (BIBLIOTECA VIVA, 2018).

O governo do Estado de São Paulo, ao implementar o Projeto de Biblioteca Viva no SisEB, considera que esse modelo oferece “equipamentos e tecnologia como a internet, jogos eletrônicos, projeções de vídeos [...] com intensa programação de palestras, debates, exposições, apresentações musicais e teatrais, além de outras atividades específicas geradas pela própria comunidade” (SP LEITURAS, 2013). Com isso, o projeto pretende revolucionar o conceito de biblioteca pública para torná-la em um ambiente dinâmico, repleto de atividades no campo da cultura, das artes, do conhecimento, disponíveis a todas as classes sociais.

Percebe-se, contudo, o aspecto ativo e participativo que essas bibliotecas possuem na sociedade, desenvolvendo atividades diversificadas e manifestações artísticas e culturais. A atuação das bibliotecas vivas será concebida desde a preocupação que a instituição tem em estudar a comunidade em que está inserida para entender as suas necessidades, até a efetivação de atividades práticas que proporcionem o contato com a arte, com a informação e objetos culturais, mas sobretudo que ofereçam ambientes e recursos para a criação.

Diante dos projetos de Biblioteca Viva apresentados, percebe-se que a atuação criativa do público com a participação nas atividades ofertadas pelas bibliotecas é um grande diferencial na concepção das bibliotecas públicas.

No tópico a seguir, serão apresentados todos os Sistemas Estaduais de Bibliotecas Públicas Brasileiros para verificar a sua presença nas mídias sociais.

3.2 SISTEMAS ESTADUAIS DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS NO BRASIL

De acordo com as informações contidas no site do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP), existem vinte e sete Sistemas Estaduais de Bibliotecas Públicas no Brasil (SEBPs), sendo um em cada estado brasileiro e um no Distrito Federal. Esses sistemas são criados para apoiar os municípios “na ampliação e fortalecimento de suas bibliotecas públicas e comunitárias”. Eles oferecem “assessoria técnica em questões referentes aos espaços, acervo, infraestrutura, serviços e formação de pessoal de bibliotecas” (BRASIL, 2018a).

A maioria dos sistemas integra tanto as bibliotecas públicas estaduais, quanto as municipais e comunitárias, tendo uma coordenação geral que promove a assessoria técnica, sediada por uma das bibliotecas, que geralmente são subordinadas às Secretarias de Cultura do Estado.

No Quadro 3, serão listados os vinte e sete SEBPs identificados no site do SNBP, informando os nomes dos sistemas e se utilizam ou não alguma mídia social. Para saber se os sistemas utilizam mídias sociais, pesquisou-se o nome de cada um diretamente no campo de busca dos sites do *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube* e *blogs*. Os nomes foram indicados

conforme descrito no site do SNBP e pelas possíveis variações de denominação dos nomes dos sistemas, combinando o nome do sistema ao dos estados, como, por exemplo, Bibliotecas Públicas do Estado de Goiás, Bibliotecas Públicas de Goiás. Quando identificado o nome da biblioteca que coordena o respectivo sistema, também pesquisou-se nesses sites a existência de páginas institucionais vinculados a ele.

Quadro 3 – Sistemas Estaduais de Bibliotecas Públicas Brasileiras

Região	Estado	Nome do Sistema/Biblioteca	Utiliza alguma mídia social
Norte	Acre	Biblioteca Pública do Estado do Acre	Sim
	Amapá	Biblioteca Pública Estadual Elcy Lacerda	Sim
	Amazonas	Biblioteca Pública do Amazonas	Sim
	Pará	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Pará	Sim
	Rondônia	Biblioteca Pública Estadual Doutor José Pontes Pinto	Sim
	Roraima	Biblioteca Pública do Estado de Roraima	Não
	Tocantins	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas de Tocantins	Não
Nordeste	Alagoas	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas de Alagoas	Sim
	Bahia	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas da Bahia (SEBP)	Não
	Ceará	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Ceará / Biblioteca Pública do Estado do Ceará	Sim
	Maranhão	Sistema Estadual de Bibliotecas do Maranhão / Biblioteca Pública Benedito Leite	Não

Região	Estado	Nome do Sistema/Biblioteca	Utiliza alguma mídia social
	Paraíba	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas da Paraíba / Biblioteca Juarez da Gama Batista	Não
	Piauí	Biblioteca Pública Estadual Desembargador Cromwell de Carvalho	Sim
	Pernambuco	Sistema de Bibliotecas Públicas de Pernambuco – SBPE	Sim
	Rio Grande do Norte	Sistema Estadual de Bibliotecas do Rio Grande do Norte	Não
	Sergipe	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Sergipe / Biblioteca Pública Epifânio Dória	Sim
Sudeste	Espírito Santo	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Espírito Santo / Biblioteca Pública Estadual Levy Cúrcio	Sim
	Minas Gerais	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas Municipais / Biblioteca Pública Estadual de Minas Gerais	Sim
	Rio de Janeiro	Sistema Estadual de Bibliotecas do Rio de Janeiro – SEB – RJ	Sim
	São Paulo	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas de São Paulo (SisEB)	Sim

Região	Estado	Nome do Sistema/Biblioteca	Utiliza alguma mídia social
Centro-Oeste	Distrito Federal	Sistema de Bibliotecas do Distrito Federal – SBPDF	Sim
	Goiás	Sistema de Bibliotecas Públicas do Estado de Goiás	Sim
	Mato Grosso	Sistema Estadual de Biblioteca Pública de Mato Grosso	Sim
	Mato Grosso do Sul	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas – SEBP/MS	Sim
Sul	Paraná	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Paraná / Biblioteca Pública do Paraná	Sim
	Rio Grande do Sul	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Rio Grande do Sul (SEBP-RS)	Sim
	Santa Catarina	Sistema de Bibliotecas Públicas de SC	Sim

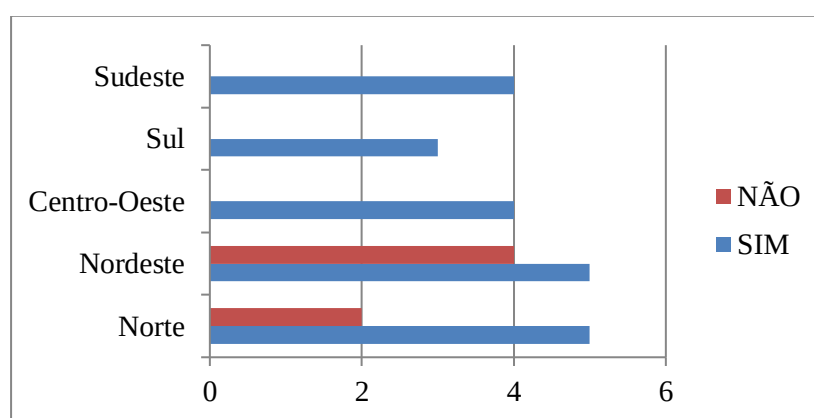
Fonte: elaborado pela autora, com base nos dados do SNBP (BRASIL, 2018a).

Com os dados do quadro acima, percebe-se uma ampla aderência das bibliotecas públicas às mídias sociais, pois vinte dos vinte e sete sistemas utilizam alguma mídia social. Verificou-se também que certos sistemas só possuem mídia social por meio da biblioteca que o coordena, geralmente localizada na capital dos estados, ou pelas demais bibliotecas municipais integrantes. É o que ocorre em Amapá, Acre, Amazonas, Roraima, Sergipe, Piauí, Rondônia, Espírito Santo e Mato Grosso do Sul.

Além disso, algumas nomenclaturas dos sistemas que estão cadastradas no site do SNBP não aparecem registradas nos próprios sites governamentais, refletindo uma certa fragilidade no que se refere à constituição desses sistemas.

Analisando os dados por região, conforme o Gráfico 1, verificou-se que no Sul, Sudeste e Centro-Oeste, todos os sistemas estaduais de bibliotecas utilizam mídias sociais, enquanto os únicos estados com sistemas sem utilização de mídias sociais são os da região Norte e Nordeste.

Gráfico 01 – Utilização de mídias sociais por região



Fonte: elaborado pela autora, 2018.

As regiões Norte e Nordeste, ao mesmo tempo em que representam mais sistemas de bibliotecas que utilizam mídias sociais, são as únicas que possuem sistemas sem utilização de mídias sociais. Como se sabe, há diferenças no desenvolvimento econômico entre os estados brasileiros. A falta de recursos, o planejamento dos governos em relação aos centros de cultura e a própria formação dos profissionais que atuam nas bibliotecas associam-se ao trabalho que é desenvolvido nessas instituições, acarretando que algumas regiões se desenvolvem mais e menos que a outra. Isso pode estar relacionado, inclusive, na utilização de tecnologias da informação e comunicação.

No Quadro 4, a seguir, serão expostos somente os sistemas que utilizam alguma mídia social, informando quais são e se estavam ativas ou não no período em que a pesquisa foi realizada.⁵

⁵ A busca dos sistemas nas mídias sociais ocorreu entre os meses de setembro e outubro de 2018.

Quadro 4 – Sistemas Estaduais de Bibliotecas Públicas que utilizam mídias sociais

Região	Sistema / Biblioteca	Qual mídia social utiliza / link	Mídia social ativa
Norte	Biblioteca Pública do Estado do Acre	<i>Facebook</i> (https://pt-br.facebook.com/bpeac/)	Sim
	Biblioteca Pública Estadual Elcy Lacerda - Amapá	<i>Facebook</i> (https://pt-br.facebook.com/bipel/)	Sim
	Biblioteca Pública do Amazonas	<i>Facebook</i> (https://pt-br.facebook.com/bpamazonas/)	Sim
	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Pará	<i>Blog</i> (http://sistemabibliotecaspara.blogspot.com/)	Não
	Biblioteca Pública Estadual Doutor José Pontes Pinto – Rondônia	<i>Facebook</i> (https://pt-br.facebook.com/bibliotecadrjosepontospinto)	Sim
Nordeste	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas de Alagoas	<i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/Sistema-Estadual-de-Bibliotecas-P%C3%BAblicas-de-Alagoas-1655305234687675/)	Sim
	Biblioteca Pública do Estado do Ceará	<i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/bibliotecapublica.gmp.ce/)	Sim
	Biblioteca Pública Estadual Desembargador Cromwell de Carvalho – Piauí	<i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/Biblioteca-P%C3%BAblica-Estadual-Desembargador-Cromwell-de-Carvalho-126981024043760/)	Sim
	Sistema de Bibliotecas Públicas de Pernambuco – SBPE	<i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/sbpmp)	Sim
	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Sergipe / Biblioteca Pública Epifânio Dória	<i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/bibliotecapublica.epifaniodoria)	Sim

Região	Sistema / Biblioteca	Qual mídia social utiliza / link	Mídia social ativa
Sudeste	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Espírito Santo / Biblioteca Pública Estadual Levy Cúrcio	<i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/bpes.levy)	Sim
	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas Municipais / Biblioteca Pública Estadual de Minas Gerais	<i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/pg/bibliotecapublicaestadualmg/about/?ref=page_internal)	Sim
	Sistema Estadual de Bibliotecas do Rio de Janeiro – SEB – RJ	<i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/sebibliotecasrj/)	Sim
	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas de São Paulo (SisEB)	<i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/sisebsp/), <i>blog</i> (http://siseb.sp.gov.br/blog/), <i>YouTube</i> (https://www.youtube.com/user/SisEBSP/)	Sim (todas)
Centro-Oeste	Sistema de Bibliotecas do Distrito Federal – SBPDF	<i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/sbpdf/) <i>Instagram</i> (https://www.instagram.com/sbpdf/?max_id=732153335392805447&hl=pt)	Sim
	Sistema de Bibliotecas Públicas do Estado de Goiás	<i>Blog</i> (http://sebpgo.blogspot.com/p/lista-de-bibliotecas-do.html)	Não
	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas – SEBP/MS – Mato Grosso do Sul	<i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/BibliotecaMunicipalCG/) <i>Blog</i> (http://bibliotecapmcs.blogspot.com/)	Sim
Sul	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Paraná / Biblioteca Pública do Paraná	<i>Facebook</i> (https://www.facebook.com/bibliotecapr/), <i>Twitter</i> (https://twitter.com/@bibliotecapr/), <i>Instagram</i> (https://www.instagram.com/bibliotecapr/)	Sim (todas)
	Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas do Rio Grande do Sul (SEBP-RS)	<i>Facebook</i>	Não

Região	Sistema / Biblioteca	Qual mídia social utiliza / link	Mídia social ativa
	Sistema de Bibliotecas Públicas de SC	Facebook (https://www.facebook.com/SistemaBPSC/)	Sim

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Dentre os vinte sistemas que utilizam mídias sociais, o *Facebook* aparece como a plataforma predominante, sendo utilizada por dezoito dessas bibliotecas. No entanto, ao entrar na página de cada uma, verificou-se que somente em dez delas o *Facebook* ainda é atualizado com publicações recentes, com postagens no ano de 2018. Nas demais, as últimas postagens efetuadas referem-se aos anos de 2013, 2014, 2016 e 2017. Isso foi observado nos sistemas de bibliotecas dos estados de Amazonas, Rondônia, Ceará, Piauí, Pernambuco e Espírito Santo.

Os *blogs*, o *twitter* e o *Instagram* também são utilizados por algumas bibliotecas como a do Pará, Goiás, Distrito Federal e Mato Grosso do Sul, mas estão em desuso por essas bibliotecas por estarem desativados ou não conterem postagens nos últimos dois anos.

O Sistema Estadual de Bibliotecas do Sergipe só possui *Facebook* pela biblioteca que o coordena e trata-se de perfil pessoal e não página institucional, o que requer solicitação de amizade. Além disso, são realizadas postagens esporádicas, com intervalo de tempo muito grande entre as publicações. Isso também ocorre com o *Facebook* da biblioteca de Alagoas, no qual a última postagem registrada data de março de 2018.

Esses dados demonstram que essas bibliotecas utilizam o *Facebook* de modo ainda incipiente, onde por vezes só criam a conta, mas não têm uma constância na realização de postagens e uma participação ativa no que se refere à busca de interação com os seus seguidores. Como os motivos para esse fato estão relacionados a contextos específicos de cada biblioteca, nos ateremos a esses dados inferenciais, tendo em vista que para entender as estratégias de uso do *Facebook* por essas bibliotecas seria necessário um estudo mais aprofundado de cada uma, o que fugiria do objeto de estudo desta dissertação.

No entanto, esse levantamento foi importante para constatar a presença do Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas de São Paulo nas mídias sociais, onde verificou-se que, além das suas bibliotecas utilizarem páginas no *Facebook* e nas demais mídias sociais, o próprio sistema faz uso do *Facebook*, *Instagram* e *Youtube*, demonstrando que ele se destaca, juntamente com as bibliotecas do sistema estadual do Paraná, na presença em mídias sociais.

3.3 BIBLIOTECAS PÚBLICAS E MÍDIAS SOCIAIS: UMA REVISÃO NO CONTEXTO BRASILEIRO

Este tópico refere-se à revisão de literatura realizada sobre a utilização de mídias sociais pelas bibliotecas públicas no Brasil. Essa busca foi necessária para conhecer o estágio atual de discussão acerca da temática e para verificar os resultados já obtidos em pesquisas anteriores. Para tanto, foram selecionadas algumas bases de dados científicas brasileiras para realizar a pesquisa, quais sejam: BRAPCI, BDTD, DOAJ e Google Acadêmico. Como palavra-chave para realizar a busca utilizou-se a expressão “mídias sociais e bibliotecas públicas”. Os resultados são apresentados a seguir, juntamente com a reflexão feita pela pesquisadora a partir da leitura dos resumos dos trabalhos encontrados.

Como delineado no Capítulo 2, as mídias sociais proporcionam diversas possibilidades para o desenvolvimento das rotinas de trabalho de pessoas e organizações. No contexto das bibliotecas, considera-se que as questões provenientes das mudanças sociais e tecnológicas influíram em um paradigma de adaptação das atividades já existentes nessas instituições para incluir os novos recursos tecnológicos disponíveis, automatizando-se e, assim, modernizando-se. Outras atribuições surgiram, principalmente relacionadas às suas funções sociais e culturais; a constituição de um novo perfil de usuários, com necessidades cada vez mais específicas, provocou a existência de um novo tipo de relação entre as bibliotecas e o público.

Rezende, Martins e Silva (2016, p. 485), indicam que “o desenvolvimento contínuo da Internet nas últimas décadas, bem como a sofisticação de suas ferramentas de interação social tem trazido importantes reflexões para o mundo das bibliotecas”. Isto é, a existência desses recursos faz com que as bibliotecas precisem conectar-se às redes para que possam cumprir com o seu papel de mediação da informação, independentemente do seu formato e/ou suporte, assim como para propor uma nova maneira de interagir com o usuário.

Valentim (2016) argumenta que o advento das mídias sociais é um aspecto que tem impactado o desenvolvimento das atividades das bibliotecas contemporâneas, pois elas trazem novas maneiras de mediar e disseminar a informação aos seus diferentes públicos.

Pode-se dizer que, além de ser difusora da informação, a biblioteca tem a missão de ser *locus* de ações culturais. Tão importante é destacar que os bibliotecários devem ser os agentes ativos para desempenhar essas atividades nas bibliotecas, pois, principalmente devido ao contexto de interconexão existente atualmente, “seu trabalho torna-se necessariamente descentralizado e colaborativo” (BAPTISTA, 2009, p. 23). Isso permitirá a participação da

comunidade usuária na consecução de diversas atividades que podem ocorrer, inclusive, por meio das mídias sociais.

Gottschalg-Duque (2016) expõe que a adoção de mídias sociais nos serviços das bibliotecas existe há a mais de uma década, mas pondera que nem todo seu potencial tem sido explorado para alcançar ótimos resultados. Ao refletir sobre as mudanças que ocorreram nos serviços disponibilizados pelas bibliotecas desde o século XV até o atual século XXI, o autor questiona como as mídias sociais têm modificado a comunicação das bibliotecas, entendendo que elas alteram não somente as relações sociais entre usuários e biblioteca/bibliotecários, mas também a visão organizacional da instituição, tendo em vista que as características desses usuários não são mais as mesmas de antes, o que requer o nascimento de uma nova estrutura para que se adequem às demandas desse público.

As mídias sociais são utilizadas por diversas instituições com finalidades variadas na divulgação de conteúdos. O levantamento do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), referente à primeira edição da pesquisa TIC Cultura 2016, destaca que o uso de plataformas de mídias sociais pelos equipamentos culturais brasileiros “está mais voltado à divulgação de notícias e atividades das instituições do que à difusão de conteúdos culturais” (CETIC.BR, 2017). Nesse sentido, percebe-se que museus, bibliotecas e teatros, que são locais considerados como centros de cultura, ainda precisam aproveitar melhor os potenciais dos recursos disponíveis por essas plataformas para promover ações sociais e culturais, as quais são essenciais em suas atividades.

O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, juntamente com Comitê Gestor da Internet no Brasil (2017), ressalta que essas instituições “podem contribuir para a ampliação do acesso à cultura por meio do uso das tecnologias da informação e comunicação, sobretudo pela oferta de serviços e bens culturais na Internet” e não somente pela divulgação de notícias.

Valentim (2016), destaca que as transformações sociais, culturais, científicas e tecnológicas impactam diretamente a atuação das bibliotecas no contexto contemporâneo, que suscita a ampliação de seus papéis, bem como de sua responsabilidade social, uma vez que “esses são desafios que exigem uma nova maneira de atuar, um novo papel a cumprir junto ao público usuário” (VALENTIM, 2016, p. 19).

Rezende, Martins e Silva (2016, p. 485-486) corroboram com essa visão, sugerindo que:

[...] são esses papéis sociais impensáveis que abrem grandes possibilidades para inovação em produtos e serviços informacionais, permitindo que as próprias bibliotecas produzam novas estratégias de relacionamento e envolvimento social com seus usuários. Um dos aspectos centrais dessas possibilidades de inovação que se pode citar é a mudança cultural provocada pelo incremento no envolvimento dos usuários com esses novos produtos e serviços, ou seja, há aqui a constatação de um maior desejo e potencial de participação social.

O potencial de participação social da comunidade usuária nos serviços e produtos das bibliotecas, por meio da qual haja a construção colaborativa das atividades e o uso das tecnologias da informação e comunicação, é fundamental para a efetivação do conceito de Bibliotecas 2.0 e para aproximar o público da biblioteca como uma instituição de cultura.

Calil Junior, Corrêa e Spudeit (2013, p. 3) argumentam que as mídias sociais são ambientes que propiciam o compartilhamento de informações e que as bibliotecas podem ter esses dispositivos como aliados para a disseminação de seus produtos e serviços, além de aproveitarem o potencial de alcance que possuem para se comunicarem com seus interagentes sem limitações de tempo e espaço.

Desse modo, vemos que o modelo de biblioteca que só armazena informações e produz conteúdos limitados às suas atividades tradicionais deve ceder lugar a uma biblioteca moderna e dinâmica que integre aos seus serviços os diversos recursos disponíveis pelas TICs.

De acordo com Marcial (2016, p. 43) “as tecnologias de informação criaram novos hábitos no comportamento informacional dos usuários”, isto é, as demandas e as necessidades por informação buscam respostas em novos mecanismos e usos da informação, estes agora podem ocorrer em diversos suportes, como *ipads*, *smartphones*, *notebooks*, que, a partir de uma conexão com a internet, podem navegar em vários sites para o consumo de informações.

Com os recursos hipertextuais nas mídias sociais, as bibliotecas têm a opção de disponibilizar conteúdos que combinem imagens, sons, figuras e ainda áudios, vídeos, *links*, mostrando-os, de certo modo, atrativos para conseguir a atenção dos seguidores e promover o engajamento ativo entre essas instituições e o seu público.

Gottschalg-Duque (2016) argumenta que as bibliotecas e bibliotecários devem refletir sobre a utilização das ferramentas de mídias sociais para pensar sobre a comunicação no século XXI, tendo em vista que uma dinâmica de interação e sociabilidade instaura-se a partir dela, abrindo possibilidades positivas que justifiquem tal uso. O autor indica, ainda, que com a adoção de mídias sociais em suas atividades, as bibliotecas facilitarão o processo colaborativo com o público, tendo em vista que:

o usuário deixará de ser um receptor passivo de registros que contém informação para se tornar um elemento proativo, colaborativo e integrante da manutenção e do desenvolvimento das bibliotecas enquanto centros de disponibilização de conhecimento (GOTTSCHALG-DUQUE, 2016, p. 172).

Calil Junior (2013, p. 1054) destaca que tem sido crescente a presença das bibliotecas no ciberespaço e, ainda, a apropriação que elas têm feito das ferramentas da *Web 2.0*, indicando que as mídias sociais e a *Web 2.0* “tornam-se categorias cada vez mais nomeadas e conhecidas pelos diversos atores ligados ao universo das unidades de informação”.

No estudo de Medeiros e Olinto (2012), identificou-se a presença das bibliotecas públicas de cada estado brasileiro na internet, sendo que das trinta e três bibliotecas identificadas, apenas doze possuíam sites. No que se refere ao uso de mídias sociais, as ferramentas mais utilizadas foram os *blogs*, o *Facebook*, o *Twitter* e o *YouTube*. Dentre esses, o *blog* era o mais usado pelos sistemas estaduais de bibliotecas brasileiros como facilitador na comunicação organizacional. Em comparação ao levantamento realizado nesta dissertação, percebe-se que agora a ferramenta de mídia social mais utilizada não é mais o *blog* e sim o *Facebook*.

Souza (2013) fez um estudo de caso com a Biblioteca de São Paulo (BSP) para identificar se o uso de mídias sociais ajudava a promover o engajamento e o aumento de visitas na unidade física da biblioteca e no seu site institucional. A pesquisa identificou que a BSP utilizava na época as seguintes mídias sociais: *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Flickr* e *Pinterest*, enfatizando que a biblioteca encontrou no ambiente virtual uma “oportunidade de expandir sua área de atuação, e, assim, ampliar o acesso ao conhecimento, bem como disseminar ações que já estavam dando certo no ambiente físico” (SOUSA, 2013, p. 9).

Esse resultado corrobora com a discussão exposta no começo deste capítulo, uma vez que expandir a área de atuação é também explorar outros papéis sociais para desempenhar com a comunidade. Disseminar nas mídias sociais as atividades que ocorrem no ambiente físico é importante para atrair o público para frequentar presencialmente o espaço e também participar de tais ações.

O estudo de Souza (2013) constatou, ainda, que a BSP buscava utilizar as mídias sociais mais com o intuito de fornecer serviços de curadoria e de atendimento do que necessariamente promover o conhecimento de uma forma direta, o que de certo modo limitava o uso que essas ferramentas possuem no que concerne à interação social, colaboração e promoção de diversas ações.

Já o estudo de Cavalcanti e Silva (2013) sobre as bibliotecas públicas de São Paulo,

tendo como objeto a Biblioteca Mário de Andrade, a Biblioteca Viriato Corrêa e a Biblioteca de São Paulo, buscou saber como elas utilizavam o *Facebook* como ferramenta propulsora de informação para dar visibilidade e promover a aproximação com potenciais usuários.

O estudo demonstrou que, dentre as três bibliotecas analisadas, a que era mais ativa à época quanto ao uso do *Facebook* era a Biblioteca de São Paulo, tendo em vista a frequência de publicações e o número de seguidores na página, três *posts* em média por dia e 3.289 seguidores, respectivamente. No geral, constatou que as três bibliotecas mostraram-se engajadas nas mídias sociais por realizarem publicações periódicas no *Facebook*, apontando para o interesse em estar mais próximas tanto de usuários reais quanto de potenciais usuários.

Calil Junior e Almendra (2016) realizaram um estudo sobre a apropriação do *Facebook* por quatro bibliotecas públicas estaduais brasileiras, sendo elas: a Biblioteca Pública do Estado do Acre, a Biblioteca Pública do Paraná, a Biblioteca Pública do Estado de Pernambuco e a Biblioteca de São Paulo (BSP), identificando que essa mídia social ainda não é utilizada em todo seu potencial pelas bibliotecas. Para tanto, analisaram as postagens realizadas por essas bibliotecas no *Facebook* no primeiro semestre do ano de 2013. Especialmente no que concerne aos resultados obtidos com a análise das postagens do *Facebook* da BSP, percebeu-se que as publicações eram voltadas à divulgação de atividades, eventos, produtos e serviços da biblioteca, mas de maneira estática, não estimulando a participação do público. Dessa maneira, a *fanpage* assumia o papel mais de um quadro de avisos do que de um espaço de interação.

Santana (2013) buscou elaborar diretrizes para o bom uso de mídias sociais nas bibliotecas públicas brasileiras, com base no estudo do *Facebook* da Biblioteca Demonstrativa de Brasília em comparação com as demais bibliotecas integrantes de Sistemas Estaduais de Bibliotecas Públicas no Brasil.

Os resultados da análise da pesquisa revelaram que as bibliotecas faziam pouca utilização do *Facebook*, pois foi constatado que, dos vinte e sete sistemas analisados, apenas cinco possuíam conta no Facebook. A Biblioteca Demonstrativa, por sua vez, representou boas iniciativas de desempenho no *Facebook* como um espaço de comunicação, interação e produção de conteúdos em coparticipação com os seguidores da página.

Santos (2015) desenvolveu uma dissertação que estudou o uso de dispositivos chamados *web social* pelas bibliotecas do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas para saber quais estratégias de interlocução eram feitas para promover a participação dos usuários nas atividades realizadas em seus espaços físicos.

O estudo constatou que o *Facebook* era a ferramenta mais utilizada pelas bibliotecas

e que as informações mais postadas por elas e que se demonstraram mais atrativas aos seguidores eram aquelas relacionadas às ações e atividades culturais. No entanto, percebeu-se que os conteúdos postados eram mais centralizados em divulgar do que efetivamente estimular a participação dos usuários em suas ações e atividades culturais.

A pesquisa de Santos (2015) contemplou ainda um questionário para verificar as demandas da comunidade em relação às bibliotecas, no qual constatou-se que há uma grande demanda da sociedade por acesso a espaços que atendam, simultaneamente, às necessidades de convivência, informação e lazer.

Pode-se dizer que os resultados obtidos no trabalho de Santos (2015) aproximam-se aos objetivos propostos nesta dissertação ao apresentar que as bibliotecas públicas têm trabalhado em estratégias de comunicação para divulgar conteúdos relacionados às ações culturais e que o público tem demonstrado interesse nesse tipo de atividade.

Apesar de a hipótese do trabalho analisado ser pautada na divulgação desses conteúdos para proporcionar aumento na quantidade de visitas aos espaços físicos das bibliotecas, entende-se que as atividades culturais e de lazer, os espaços de convivência etc., são típicos da proposta de ação cultural que será abordada no próximo capítulo.

Em recente estudo, Araújo e Araújo (2018) verificaram o uso de mídias sociais como estratégia de *marketing* em unidades de informação por meio de um estudo de caso do uso e atuação no *Facebook* da Biblioteca Pública Estadual Graciliano Ramos de Alagoas.

Os resultados da pesquisa indicam que os conteúdos mais publicados referem-se aos eventos organizados pela biblioteca, de modo que os usuários demonstram, de certa forma, interesse nos conteúdos por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos. A pesquisa considerou que não foi possível afirmar que há relação entre a frequência de postagens e o número de visitas no espaço físico da biblioteca.

Diante dos resultados encontrados neste levantamento, percebe-se as possibilidades que são apresentadas pelas mídias sociais como um meio oportuno para o estabelecimento de ações efetivas entre bibliotecas e o público, especialmente no que concerne ao potencial de interação nesse ambiente. Como vimos, o crescimento de usuários que utilizam mídias sociais tem sido contínuo em diversos países e entende-se que eles estão nesse ambiente em busca de alguma relação. Nesse sentido, essas plataformas tornam-se um meio propício para que a biblioteca promova conteúdos com olhar múltiplo, com o intuito de cativar os usuários a participar de modo ativo nos projetos sociais da biblioteca.

As bibliotecas são as responsáveis em difundir seus conteúdos nessas mídias. Ao se adaptarem a essa realidade, contribuirão para um aprendizado em rede, colaborativo e

socializado, permitindo, inclusive, uma maior proximidade entre usuários, ampliando horizontes de atuação, criando serviços que auxiliem no efetivo desempenho de seu papel social. Sendo as bibliotecas públicas um espaço de sociabilidade, elas têm que criar novos laços e papéis sociais para se relacionar com a comunidade em que está inserida, assim como desenvolver conteúdos que promovam ações culturais no ambiente das mídias sociais, ampliando a efetivação da essência das bibliotecas públicas no que se refere à sua missão cultural.

Para entender como se caracterizam os projetos de ação cultural, no próximo capítulo serão discutidos os conceitos e aspectos teóricos relacionados ao tema.

4 AÇÃO CULTURAL: ASPECTOS TEÓRICOS E CONCEITUAIS

Antes de iniciarmos a discussão acerca da ação cultural, é necessário estabelecermos um diálogo com o próprio conceito de cultura, uma vez que ela é elemento fundamental para a concepção do que se propõe a ação cultural.

Estudar a cultura envolve uma série de elementos que se encontram no ambiente de sociedades com características cada vez mais complexas. Conforme destacam Cuche (1999), White (2009) e Bauman (2012), o conceito de cultura implica o entendimento de seu aspecto evolutivo. Para Santos (2006), “a cultura é um produto coletivo da vida humana”. Já Bauman (2012) e White (2009) afastam a noção imutável de cultura justamente por defenderem o seu aspecto variante. Dito de outro modo, para entender a cultura, devem ser estudadas sua evolução histórica e as constantes transformações por quais passam as sociedades. Esses elementos constituem uma multiplicidade de realidades que irão conceber a cultura, uma vez que ela não é estanque.

Essa visão permite entender que o contexto histórico que envolve as mais diversas ações e construções sociais influencia o delineamento da cultura e, conseqüentemente, a construção de novas práticas da vida em sociedade, tendo em vista que a cultura está intimamente relacionada aos modos de vida. As relações que os indivíduos estabelecem entre si ajudam, inclusive, a moldar essas estruturas.

Chauí (2008) enfatiza a abrangência que a noção de cultura passa a ter a partir da segunda metade do século XX, sendo entendida como:

produção e criação de linguagem, da religião, da sexualidade, dos instrumentos e das formas de trabalho, das formas de habitação, do vestuário e da culinária, das expressões de lazer, da música, da dança, dos sistemas de relações sociais, particularmente os sistemas de parentesco ou a estrutura da família, das relações de poder, de guerra e da paz, da noção de vida e de morte (CHAUÍ, 2008, p. 57).

Nessa concepção, a autora indica que a cultura engloba as formas que os indivíduos elaboram símbolos e signos e estabelecem as práticas e valores sociais. Por isso, percebe-se que a cultura está presente de modo amplo nas diversas atividades dos sujeitos humanos, e, nesse aspecto, as trocas simbólicas que os indivíduos compartilham entre si acabam por representar a cultura que se constrói nesse ambiente.

Laraia (2003, p. 63) afirma que entender a cultura é “[...] estudar um código de símbolos partilhados pelos membros dessa cultura” (LARAIA, 2003, p. 63). Isso pode ser identificado na construção social de acordo com as experiências de vida humana, pois, uma

vez que a cultura é mutável, ela possibilita reconstruções e produção de novos sentidos, a depender das relações estabelecidas entre as pessoas.

Apontando para entendimento similar, Santos (2006, p. 7-8) indica que a cultura procura “entender os caminhos do passado e do presente” que dizem respeito “à humanidade como um todo e ao mesmo tempo a cada um dos povos, nações, sociedades e grupos humanos”. Esse entendimento é primordial para o estabelecimento de reflexões sobre os caminhos trilhados pelas sociedades, pois eles implicam diretamente nas ações atuais.

No âmbito da função social da biblioteca pública, esse olhar para a história é uma maneira que ela pode recorrer para trabalhar a conscientização da comunidade no que se refere às lutas e à formação de grupos sociais que foram fundamentais para a construção do presente e que juntos influirão no futuro da humanidade. Por outro lado, compreender as diferenças entre os povos é a base para o estabelecimento de relações saudáveis entre as pessoas, principalmente com respeito e sem preconceitos.

Isso é importante porque a cultura, de uma forma geral, possui variações nas diferentes sociedades. Essas diferenças estão associadas às formas de família, vestimentas, produtos do trabalho social, na alimentação e em diversos outros aspectos. Conforme Santos (2006), os estudos acerca da cultura são fundamentais para combater o preconceito e pensar em nossa própria realidade cultural. Pressupõe-se que, ao assumir a diversidade como característica de uma sociedade, será promovido o respeito entre os povos e nações de forma que cada um veja na cultura do outro possibilidades de conhecer novas formas de viver, sem a tentativa de hierarquizar uma em prol da outra.

Bauman (2012) argumenta que a cultura pode ser entendida como um movimento propício para romper com limitações impostas por determinada ordem vigente e, por isso, ela pode ser considerada como “o inimigo natural da alienação” (BAUMAN, 2012, p. 182). Indo mais além, o autor considera que a cultura deve propiciar a criatividade humana de maneira libertadora, permitindo o contato com realidades múltiplas e despertando o desejo pelo novo. Entende-se, portanto, que a cultura provoca o interesse, de modo que a indiferença cederá lugar para a consciência crítica do ser humano e para as infinitas possibilidades de vida.

Nessa mesma linha de pensamento, Coelho (1989, p. 21) afirma que cultura é a dinâmica que “move o indivíduo, o grupo, para longe da indiferença, da indistinção; é uma construção, que só pode proceder pela diferenciação. Seu oposto é a diluição”. Isto é, a cultura é o elemento que busca despertar o desejo por novos conhecimentos, respeitando a diversidade de modo a afastar a noção de alheamento social. Isso porque a cultura se constitui

em realidades complexas, onde não cabe uma estrutura padronizadora da sociedade, mas, sim, multifacetada.

Essa concepção da cultura coloca os centros culturais como instituições propulsoras para o desenvolvimento social. Conforme discutido no Capítulo 3, a biblioteca pública tem a missão de proporcionar melhores condições de vida à comunidade em que está inserida. Portanto, ela deve ser um local com acesso a um vasto campo do conhecimento, desenvolvendo atividades para que a comunidade obtenha informações e entre em contato com as diferentes expressões culturais. Assim, ela atuará como facilitadora do processo de construção de saberes, mobilizando o indivíduo para o processo criativo e para a construção ativa de sua própria realidade.

A ação cultural é um elemento que contribuirá para a efetivação desses processos. Ela é utilizada para designar diversas atividades que, consoante Milanesi (2002), estão relacionadas às artes, ao teatro, à música, à dança e à literatura. Deste modo, está estreitamente ligada às diferentes expressões culturais. O autor pondera que essas atividades podem ocorrer de diferentes maneiras, com objetivos e características distintas. Para tanto, ele considera que a concepção de ação cultural é pautada em atividades que estejam associadas à “informação preexistente” [...], pois “é sobre o conhecido que são construídas as atividades” (MILANESI, 2002).

Isso implica dizer que ao desenvolver um projeto cultural, a biblioteca precisa concebê-lo a partir do que existe sobre o tema, retomando, inclusive, ações similares feitas por outros institutos. Por exemplo, se haverá uma exposição de pintura na biblioteca, ela deve conter em seu acervo materiais relacionados ao pintor, ao seu estilo artístico, ao movimento de arte que ele pertenceu etc. Isso pode ser ofertado tanto pelas suas coleções quanto em conjunto na exposição com materiais anexados ou com guias.

Segundo Coelho (1989), é na década de 1970 que se intensifica a discussão sobre a função dos centros de cultura na difusão das ações culturais. É quando se abre a demanda por bem cultural – governos são forçados a destinar orçamentos para esse tipo de gasto.

Apesar dessa preocupação com a difusão cultural, entende-se que não é suficiente apenas abrir os teatros e museus ao povo, pois devem ser criadas condições para que as pessoas cheguem a esses locais e os consumam, bem como, acima de tudo, devem ser cultivados novos espectadores, levando tais ações ao espaço de pertencimento.

Além disso, as ações ditas culturais não podem ser meramente atividades pontuais, descontinuadas e sem objetivo concreto. Para Coelho (1989), ação é um termo com início definido, mas sem fim especificado, ou seja, trata-se de fazeres contínuos. Difere, portanto, de

fabricação, que possui início e fim predeterminados, e também de animação, em que há um sujeito animador e os sujeitos passivos da atividade. Nesses termos, a ação cultural é, acima de tudo, uma ação sociocultural (COELHO, 1989). Isto implica associar a ação cultural diretamente à concepção de cultura, como parte do processo social, do desenvolvimento humano e de sua construção histórica.

No senso comum, a cultura é frequentemente confundida ou tomada como sinônimo de educação. Coelho (1989) defende que, apesar de não existir uma oposição entre cultura e educação, existe uma diferença entre elas. Isso porque a educação é mais restrita aos conteúdos previamente definidos nas instituições de ensino, enquanto a ação cultural não se limita a determinadas matérias, pois sua natureza aproxima-se do novo, do diferente, e, por isso, estimula a criação sem repressão. É preciso ter em mente, entretanto, que a educação é ponte para a promoção de uma diversidade de ações culturais, em princípio por estabelecer, por meio dos processos educativos, informação acerca das diferentes culturas e suas manifestações na sociedade. Compreende-se, então, que a educação é parte do processo para se estabelecer a ação cultural.

O autor também indica três movimentos distintos de ação cultural. O primeiro, dado em um momento não muito próprio ao sentido real de ação cultural, foi o período marcado pelo interesse na manutenção das instituições ditas culturais, como museus e obras de arte. Nesse caso, a ideia era, sobretudo, a preservação de patrimônios culturais que afirmavam, assim, a valorização do ato de contemplação da arte.

O segundo movimento ocorreu ainda no século XIX, por meio do qual começou a haver uma maior preocupação com as pessoas que entravam “em contato com a cultura e a arte do que com o objeto cultural ou artístico em si” (COELHO, 1989, p. 38). Nesse sentido, a atenção estava voltada a um grupo de pessoas e aos indivíduos como parte de um coletivo ou comunidade. Já no terceiro movimento, dado no final da década de 1960, a atenção voltou-se ao indivíduo, havendo a preocupação com suas subjetividades e particulares, mas considerando que ele não se encontra isolado, haja vista que o movimento tem um objetivo social de retorno ao grupo, sendo essa a atual tendência nas dinâmicas das ações culturais, conforme sugere o autor.

Para o teórico francês Francis Jeanson (1973), citado por Flusser (1983), Coelho (1989), Cabral (1999), Rasteli e Caldas (2017), o processo de ação cultural envolve a criação ou organização das condições necessárias para que as pessoas inventem seus próprios fins e se tornem assim sujeitos da cultura e não seus objetos.

Isso significa que as instituições ditas culturais, como as bibliotecas, museus e teatros, devem desenvolver estratégias, oferecer atividades, espaços e serviços que permitam aos indivíduos o contato com o objeto cultural com uma fruição completa que vai desde o seu consumo até a reflexão do que foi absorvido, mais ainda que lhes permitam criar, imaginar e inventar, com o intuito de que conheçam novas realidades e possibilidades de vida. Nisso pode ocorrer uma mudança no estado atual do conhecimento para outro em que haja o enriquecimento pessoal.

Coelho (1989, p. 41) complementa dizendo que o objetivo da ação cultural não é o de construir uma sociedade padronizada, mas sim “provocar as consciências para que se apossam de si mesmas e criem condições para a totalização [...] de um novo tipo de vida derivado do enfrentamento aberto das tensões e conflitos surgidos na prática social concreta”.

Cunha (2010, p. 75-76) corrobora com essa noção ao apontar que este é o papel dos agentes culturais, o de promover serviços e processos que visem às mudanças de situações para haver o “enriquecimento intelectual, cognitivo, sensitivo, associativo, social ou mesmo corporal”, as quais serão efetivadas com a condução de diferentes oportunidades e vivências, ou seja, com a condução das experiências cotidianas. A ação cultural deve, portanto, estimular “a autonomia do gosto”, a multiplicação das possibilidades do imaginário, das percepções intelectivas [...].”

Paulo Freire (2011), ao tratar a ação cultural como um processo para a libertação das classes dominadas frente a uma cultura dominante, argumenta que a ação cultural estabelece-se para propiciar aos indivíduos a reflexão crítica sobre si mesmos, imergindo criticamente na realidade para promover transformações sociais. Nesse ponto, o autor enfatiza que a comunhão das pessoas é característica fundamental da ação cultural, pois, assim sendo, a problematização da situação com um grupo possibilita “a compreensão crítica da verdade de sua realidade” (FREIRE, 2011, p. 66).

No campo em que se insere a ação cultural, há ainda outro conceito que vemos muitas vezes atrelados a ela, o de animação. Cunha (2010), apesar de entender que em muitas circunstâncias os dois termos podem ser considerados como sinônimos, tenta estabelecer suas diferenças. A ação cultural refere-se a uma ação socialmente aberta, na qual o público atua como um consumidor de serviços, enquanto a animação engloba a “nucleação, a mobilização e a orientação” de um grupo específico, ou seja, ocorre em um âmbito social mais “fechado”. Destaca-se que a ação cultural, portanto, pode ser mais abrangente, sem necessariamente delimitar o público, além de atuar de modo a conduzir a autonomia do processo criativo e não a sua direção/orientação.

Para Santos (2015), a animação cultural pode funcionar como um *marketing*, com o objetivo de atrair o público a consumir determinado produto ou serviço. No contexto das bibliotecas, ela serviria para animar o ambiente, tornando o espaço mais descontraído e atrativo, apresentando os serviços que estão prontos para o consumo. Já a ação cultural vai além por possibilitar a participação do público na produção dos bens, criando oportunidades para sua atuação colaborativa.

Vemos, então, que a ação cultural coloca o indivíduo como protagonista de suas ações, promovendo elementos para que ele se aproprie efetivamente dos espaços, que seja instigado a atuar em um processo de criação e a entrar em contato com diferentes produtos culturais, em variados estágios de aproveitamento, nos quais a reflexão crítica abrirá caminho para o desconhecido, mostrando a diversidade, possibilitando novas experiências de vida e até a transformação social.

Em termos práticos, para Cunha (2010, p. 63), a ação cultural compreende o

planejamento, a organização e a realização de atividades ou de programas culturais (artísticos, artesanais, esportivos, recreativos, sociais, intelectuais, turísticos, etc) destinados a indivíduos isoladamente considerados, a grupos definidos ou a uma comunidade globalmente concebida.

Entende-se, portanto, que a transformação social proveniente de um processo de ação cultural é alcançada de diferentes maneiras, que vão desde a aquisição de novos conhecimentos intelectuais, a partir do contato com diversas informações, até a origem de novas habilidades pessoais. Por exemplo, o indivíduo que participa de uma oficina sobre artesanato aprende a produzir produtos manuais e, com isso, pode obter uma fonte de renda. Ao participar de uma palestra sobre a deficiência, o indivíduo também pode entender que o debate sobre minorias é importante. Essa mudança de um estado de conhecimento para outro já caracteriza uma certa mudança, ainda que seja pessoal e individual.

Em busca de uma definição, Cunha (2010, p. 75) indica que a ação cultural “constitui-se em uma intervenção simultaneamente técnica, política, social e econômica”, coordenada pelo poder público ou por instituições privadas que concebem, desenvolvem e participam das seguintes atividades: a) formação ou aprendizado de técnicas e/ou de conhecimentos artesanais, artísticos e científicos; b) difusão de obras simbólicas por meio de espetáculos, festivais, exposições, debates, seminários; c) formação e desenvolvimento de grupos sociais, com seus objetivos específicos e os gerais de melhoria de vida, em defesa de direitos civis ou de cidadania, [...]; d) educação popular, vinculada a temas delimitados, mas

de tratamento informal e adesão voluntária – alfabetização, vulgarização científica e tecnológica, dinamização de bibliotecas, habilidades artesanais, línguas etc; e) formação ou aprendizado de habilidades corporais e desportivas – cursos e treinamentos; f) difusão de modalidades esportivas e de atividades recreativas; g) turismo social (de férias, de fins de semana, acampamentos); h) conservação e popularização do conhecimento e do acesso a patrimônios e acervos históricos, científicos e artísticos; i) criação ou estímulo à formação de centros ou de movimentos de informação e de formação culturais em pequenas e médias comunidades; j) treinamento de quadros voluntários, semiprofissionais ou profissionais de agentes ou animadores.

Desse modo, afirma-se novamente que a ação cultural está intimamente ligada aos aspectos inerentes à cidadania, informando sobre direitos e deveres, promovendo qualidade de vida aos cidadãos, espaços para lazer, trocas simbólicas culturais, e, mais ainda, permitindo a prática criativa, na qual as instituições desenvolvem atividades que envolvem pessoas sem distinção de classes sociais, sua integração e a oferta de oportunidades para que todos aproveitem e usufruam os serviços de modo igualitário.

Entende-se ainda que ação cultural implica a noção de cultura como processo. Verifica-se que o campo de trabalho da ação cultural é bastante amplo, envolvendo diversos assuntos e atividades, sendo necessário, para efeitos de embasamento teórico da análise que se propõe este trabalho, entendermos como essas ações podem ser desenvolvidas pelas bibliotecas públicas, o que será exposto nos tópicos 4.2 e 4.3.

Como esta dissertação investiga a promoção de ação cultural por meio das mídias sociais, o tópico a seguir aborda como ocorrem as trocas simbólicas e a produção de sentidos nas mídias sociais para a efetivação de ações culturais.

4.1 A AÇÃO CULTURAL A PARTIR DAS TROCAS SIMBÓLICAS E PRODUÇÃO DE SENTIDOS NAS MÍDIAS SOCIAIS

Tendo em vista que cada meio de comunicação tem sua especificidade, a recepção das informações também pode ser distinta de acordo com a fonte emissora. Para compreendermos como diversas ações são efetivadas com o uso de mídias sociais, este tópico aborda como ocorre a produção de sentidos das mensagens a partir da interação que acontece nesses ambientes.

McLuhan (1964) entende o meio como a própria mensagem, pois ele é determinante na comunicação e interfere diretamente na percepção do conteúdo da mensagem, sendo capaz

de modificá-la. Santaella (2003) corrobora com essa ideia ao discorrer sobre a função específica que cada mídia possui. Os autores retratam que o sentido que os indivíduos atribuem à mensagem modifica-se a depender do meio, pois cada um tem características próprias e a mesma informação veiculada em diferentes mídias pode gerar percepções cognitivas distintas aos receptores das mensagens.

As mídias sociais modificam o processo comunicacional, haja vista que uma “mídia não cria apenas novas formas de contato social, mas também uma nova ética comportamental, novos costumes, condutas, formas de cognição e até mesmo de manifestações sensoriais” (TEMER E NERY, 2009, p. 119).

Uma importante característica das dinâmicas que ocorrem nas mídias sociais é o potencial de gerar movimentos sociais. Recuero (2010) considera que as ações que emergem dentro das redes sociais podem iniciar “movimentos de difusão de informações, construção e compartilhamento de conteúdo, mobilização e ação social”. Isso tudo com base nos laços sociais que são construídos entre os atores que interagem nessas redes.

Martino (2015) corrobora com essa capacidade de mobilização que ocorre nas mídias sociais, principalmente quando relacionada às questões políticas sociais e culturais, tendo em vista que as redes sociais que se formam na internet são constituídas geralmente por interesses em comum. Desse modo, o poder de mobilização pode ser transposto para o espaço *off-line*.

Em outras palavras, ações sociais originadas nesses ambientes podem trazer benefícios para uma certa comunidade, como, por exemplo, a solução de problemas específicos. Nesse sentido, as mídias sociais são potenciais meios para propiciar diferentes ações, tais como aquelas relacionadas aos projetos culturais desenvolvidos pelas bibliotecas. Ao emergirem nesse ambiente, as bibliotecas promovem agregações com diferentes grupos de usuários, podendo aproveitar o alcance de conexão que determinada mídia social possui para disseminar conteúdos capazes de estimular o engajamento das pessoas em ações culturais e, ainda, permitir que os indivíduos atuem de forma colaborativa para com as atividades que desenvolvem.

Desse modo, no âmbito do objeto de estudo desta pesquisa, compreende-se que a utilização de uma mídia social, como é o caso do *Facebook*, suscita percepções diferenciadas das mensagens, inclusive por seu recurso hipertextual, no qual os indivíduos produzem sentidos próprios à dinâmica possibilitada pela interação nessa plataforma.

Thompson (2014) entende que a estruturação de um novo meio na vida social vai além de sua dimensão técnica, pois o estabelecimento de uma nova mídia está inserido em algum contexto social que reconfigura os processos simbólicos de troca e produção de

conteúdos. Deste modo, havendo novos meios para os indivíduos se comunicarem, há mudanças profundas nos modos de significação das mensagens que compartilham.

Castells (2013, p. 11) reflete que, apesar de cada indivíduo construir em sua mente suas próprias teias de significados às mensagens compartilhadas, o “processamento mental é condicionado pelo ambiente da comunicação”. Por isso, podemos considerar que a comunicação ambientada em determinada mídia social tem dinâmica específica, pois os recursos utilizados para emitir mensagens diferenciam-se da fala realizada face a face, por exemplo.

Diante dos conceitos expostos acerca da ação cultural, acredita-se que as trocas simbólicas entre os indivíduos nas mídias sociais podem tornar-se efetivas para promover movimentos de ação cultural, pois “as ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrever, [...] ou sublevar as massas em revolta coletiva” (THOMPSON, 2014, p. 24). Portanto, destaca-se que a interação simbólica nessas redes pode ativar o interesse em projetos de ação cultural promovido por uma biblioteca. Já que as ações simbólicas indicam certa movimentação dos indivíduos, elas se relacionam com a essência da ação cultural, uma vez que esta implica em movimentar o indivíduo a imaginar e descobrir novos caminhos, chegando, assim, a transformação pessoal e social.

A interconexão possibilitada pela comunicação por meio das mídias sociais promove espaços potenciais à dinâmica da ação cultural, pois são ambientes configurados com um conjunto de atores sociais que se expressam, trocam e assimilam saberes diversos reunidos nesses espaços.

De acordo com Castells (2013, p. 11), “a principal fonte de produção social de significado é o processo de comunicação socializada”. Nesses ambientes podem surgir grupos de interesse articulados a favor de uma nova realidade, assim como acontece nas comunidades virtuais, nas quais a intenção, a motivação e as afinidades serão capazes de intensificar esses laços e efetivar projetos em comum.

Conforme considera Bordenave (2001), a comunicação tem um papel significativo para proporcionar a transformação social, assim como o processo de ação cultural⁶. Para efetivar esse processo nas mídias sociais, não basta apenas que sejam postados conteúdos aleatórios e sem planejamento. As bibliotecas públicas precisam, no entanto, estudar as

6 A autora cita como exemplo os estudos de Robert White com a Ação Cultural Popular Hodurenha para apoiar a reforma agrária, os trabalhos de Paulo Freire e o Movimento de Educação de Base (MEB) do Brasil.

necessidades da comunidade, planejar e desenvolver serviços que atendam a essas demandas e compartilhá-los nas mídias sociais com boas estratégias de comunicação.

Nas mídias sociais é possível haver uma comunicação ampla entre indivíduos situados em diversas partes do mundo com acesso à internet. Conforme sugere Thompson (2014, p. 25), a comunicação pode ser caracterizada “como um tipo distinto de atividade social que envolve a produção, a transmissão e a recepção de formas simbólicas [...]”. Sendo assim, conforme vimos em tópicos anteriores, depreende-se que a interação comunicacional que ocorre nas mídias sociais tem potencial efeito nessas três esferas elencadas pelo autor, uma vez que uma pessoa conectada pode produzir, transmitir e ao mesmo tempo receber informações, interagindo na rede e efetivando trocas simbólicas variadas entre si, tal como o processo de ação cultural, que envolve a interação simbólica de um grupo em determinado ambiente.

Nesse sentido é fundamental, ainda, a questão da significação que o indivíduo atribui à mensagem. O processo de significação de um conteúdo simbólico, conforme discorre Barthes (2006), não se trata de um sistema homogêneo, pois há diferenças nas questões ideológicas e no contexto histórico vivenciado pelos indivíduos, os quais influenciam diretamente na produção de sentidos às mensagens.

Como exposto, esses processos relacionam-se com as questões culturais que se constroem e se reconstróem a todo momento da vida em sociedade e que intervêm nas subjetividades dos indivíduos, pois “a cultura depende em grande parte de processos inconscientes” (CUCHE, 1999, p. 176). Esses processos têm papel essencial para a significação de conteúdos. Borges (2013) discorre que o processo comunicacional também deve ser visto em sua totalidade e complexidade, onde a “centralidade está nas conexões e mediações que produzem ideologias e significações, mas que também são produzidas por práticas de sujeitos e sociedades históricas” (BORGES, 2013, p. 89).

Portanto, torna-se fundamental observar, sobremaneira, a intenção da comunicação dos atores que interagem em determinada rede. Conforme enfatiza Bordenave (2001), o objetivo de uma comunicação é determinante no processo comunicacional no que se refere ao codificador e ao decodificador da mensagem, pois a fonte codificadora pretende que o “receptor selecione sua mensagem, a compreenda, a aceite e, finalmente, a aplique” (BORDENAVE, 2001, p. 22). Isto é, em um processo de ação cultural pretendido pelas bibliotecas, deve haver primeiramente a intenção prévia da instituição que transmite a mensagem e deseja que os indivíduos receptores se motivem a partir dela para agir em prol desse movimento.

No entanto, esse processo só se torna eficaz se produzir sentidos aos indivíduos que compartilham a mensagem e se a disposição do sujeito que a recebe convergir com esse objetivo, pois, ainda segundo o autor, “o receptor decodificador [...] deseja selecionar o que é importante para ele, entender, avaliar para decidir se aceita ou não, e aplicar o que achar válido na mensagem” (BORDENAVE, 2001, p. 22). Nesse processo, vários fatores influenciam, como, por exemplo, questões ideológicas, crenças e valores culturais, aspectos sociais e econômicos, disposição do indivíduo, desejos pessoais, entre outros.

Por isso, enfatiza-se a importância do compartilhamento de conteúdos bem planejados pelas bibliotecas nas mídias sociais para buscar a participação do público e atrair novos usuários, alcançando maior engajamento tanto com as postagens realizadas quanto com as atividades que acontecem em seus espaços físicos.

Trazer o entendimento das trocas simbólicas é necessário, pois este está diretamente relacionado à cultura da sociedade. White (2009) argumenta a estreita relação entre a cultura e o símbolo. Para o autor, a diferença entre os seres humanos e os demais animais é a sua capacidade de simbologizar, isto é, “originar, definir e atribuir significados, de forma livre e arbitrária a coisas e a acontecimentos no mundo externo, bem como de compreender significados” (WHITE, 2009, p. 9).

O compartilhamento de informações nas mídias sociais também passa por processos de atribuição de significados. Destarte, produzir conteúdos bem elaborados é fundamental para despertar minimamente o interesse dos interagentes para selecionarem determinada mensagem e, a partir dela, estabelecerem sentidos à intenção do emissor por meio da reflexão.

Desse modo, acredita-se que os diversos recursos disponíveis nas mídias sociais podem se tornar aliados para a promoção de diversas ações estabelecidas pelas bibliotecas. Se bem planejados, com estratégias de comunicação efetivas, os conteúdos publicados têm potencial para promover trocas simbólicas que estimulem o público a se engajarem com as informações que a biblioteca produz.

4.2 AÇÃO CULTURAL EM BIBLIOTECAS PÚBLICAS

Neste tópico são abordados, primeiramente, os aspectos teóricos que fundamentam o desenvolvimento de ações culturais em bibliotecas públicas e, em seguida, é apresentado o modelo que será adotado nesta dissertação para categorizar os dados da pesquisa e realizar a análise dos resultados encontrados. Para tanto, a pesquisadora buscou conceitos de autores que se destacam nessa área, como Almeida (1987), Flusser (1983), Coelho (1989), Milanesi

(2003) e Barros (2010). Após a discussão teórica, a pesquisadora buscou na literatura nacional e internacional trabalhos atuais para verificar o estágio de conhecimento científico dessa temática. Os resultados desse levantamento será apresentado no tópico 4.3.

Almeida (1987) discorre sobre a diferença entre animação e ação cultural em relação à prática das bibliotecas públicas de São Paulo. A autora argumenta que a ação cultural diz respeito às condições que levam à atuação criativa e à produção cultural, ao desenvolvimento de atividades práticas que abrem espaço para troca de informações e à discussão de diversos temas de interesse. A ação cultural está mais relacionada ao poder transformador do que à animação, pois esta objetiva mais o consumo, enquanto a ação visa à criação por meio das diversas expressões sociais.

No caso da biblioteca, a ação cultural pode partir da biblioteca, mas não necessariamente restringe-se ao ambiente da biblioteca, pois não precisa ser limitada. A autora indica que por muito tempo tentou-se animar bibliotecas, especialmente as públicas, com o intuito de atrair o público para a leitura e tornar o ambiente mais arejado e também mais animado. Nessa proposição, a animação cultural servia, consoante a autora, como uma “isca” para atrair o público a consumir seus produtos e serviços.

Por outro lado, a ação cultural é mais profunda, pois vai além dessa dimensão do consumo, tendo em vista que busca estimular “a expressão e a criatividade dos indivíduos no grupo e na comunidade” (ALMEIDA, 1987, p. 33). A ação cultural objetiva, portanto, promover a transformação social por meio da liberdade de manifestação e expressão das pessoas. Por isso mesmo, ela não se preocupa apenas em promover o consumo de produtos prontos, mas também a criação de novos produtos culturais pelos próprios participantes da atividade.

Segundo a autora, a biblioteca deve então trabalhar no desenvolvimento dessas ações e não apenas “animar” o espaço e o público para consumir os produtos que já estão disponíveis em seu ambiente. Assim, entende-se que a ação cultural está voltada mais para o uso e a criação do bem.

A eficácia do bibliotecário em um processo de ação cultural está na capacidade de ele estabelecer relações, captar os anseios da comunidade e traduzí-los em projetos capazes de interferir nessa comunidade. Dar acesso aos registros do conhecimento significa fornecer os meios para que a comunidade se aproprie da informação. O agente cultural, no caso o profissional da biblioteca, deve influir para a entrada da comunidade nesse processo. Essa inserção poderá ocorrer pela participação na programação cultural da biblioteca.

Robertson (2005), em livro que traz uma variedade de elementos para ressaltar a importância das bibliotecas oferecerem atividades culturais à comunidade, conceitua programação cultural como:

programas e séries de programas apresentados por bibliotecas que buscam entreter, iluminar, educar e envolver o público adulto e familiar, principalmente nas disciplinas de artes, humanidades, ciências e políticas públicas ou questões comunitárias. Este tipo de programação destina-se a promover o diálogo, a discussão e a consideração de ideias e questões, bem como aprofundar o estudo independente (ROBERTSON, 2005, p. 83, tradução nossa).

O conceito cunhado pela autora parece se aproximar da proposta de ação cultural, especialmente porque a programação cultural visa promover o debate, a ampliação do saber e o pensamento autônomo. Para isso, ela indica que o desenvolvimento de programas culturais na biblioteca é feito, por exemplo, por meio de palestras, discussões de livros e filmes, eventos de autores e artistas, exposições itinerantes e demais atividades. Esses eventos estimulam o contato e o diálogo na comunidade.

A autora traz ainda uma importante reflexão sobre os benefícios que esses programas culturais oferecem ao público da biblioteca, sustentando que o ato de fornecer informações sobre saúde, educação, negócios, ofertas de emprego e demais assuntos são chaves para melhorar a qualidade de vida e “aumentar as opções individuais em uma sociedade complexa” (ROBERTSON, 2005, p. 64-65, tradução nossa). De fato, esse mecanismo parece ter esse potencial, pois aprender sobre questões inerentes ao cotidiano social promove o conhecimento, a melhor tomada de decisão e escolhas conscientes que interferem diretamente nas condições de vida.

Outra questão essencial sobre a missão da biblioteca apontada pela autora é o estabelecimento do contato entre a comunidade e as artes com assuntos que encorajam as pessoas a pensar sobre a ética e valores sociais, a compreender e refletir sobre a história e entender outras culturas. Esses elementos irão nutrir “uma vida satisfatória e produtiva para o espírito” (ROBERTSON, 2005, p. 65, tradução nossa).

Esses projetos culturais contribuem para que a biblioteca pública ajude na melhoria da qualidade de vida da comunidade e atue com mais dinamismo junto ao público. De acordo com Flusser (1983), a biblioteca ao atuar em processos de ação cultural passaria de uma depositária de acervo cultural para um núcleo cultural vivo, passando a oferecer cultura por meio de uma dinâmica de ações culturais efetivas. A biblioteca sendo um centro cultural deve,

a partir da cultura literária, irradiar estímulos em direção a um grupo, tendo como meta o desenvolvimento cultural da comunidade.

Freire (2011) aproxima o entendimento de ação cultural com o de consciência, no qual o principal agente é o próprio sujeito. Por isso, as pessoas devem ter uma compreensão crítica de sua existência para operarem suas ações e, assim, transformar sua realidade. Essa noção de consciência, aliada ao pensamento crítico, corrobora com o entendimento de Coelho (1989) no que se refere à consciência refletida ao próprio indivíduo, na qual ele será o principal autor da sua história de vida.

Verificamos, portanto, que as ações culturais em bibliotecas públicas estão relacionadas a uma série de atividades com um campo de atuação amplo para alcançar seus objetivos, que devem estar mais centrados no desenvolvimento das pessoas do que da própria biblioteca. A biblioteca atuará como agente propulsora, oferecendo os meios para que os indivíduos possam agir de maneira criativa e pratiquem o pensamento reflexivo sobre as suas condições de vida.

4.2.1 O processo cíclico da ação cultural

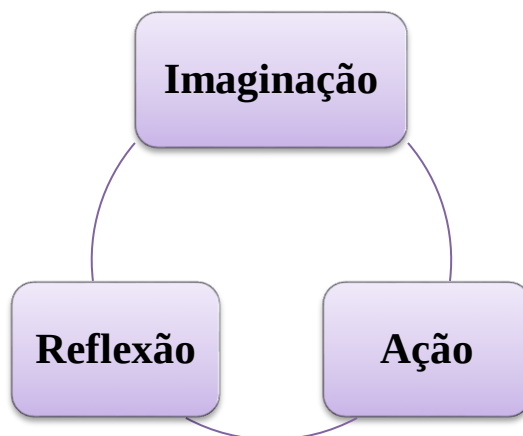
Um grande problema de muitas instituições culturais, em especial das bibliotecas, é a promoção de ações esporádicas e isoladas. Uma ação cultural propriamente dita, segundo Coelho (1989), possui quatro fases: a promoção propriamente dita do bem cultural; a distribuição nos pontos onde pode haver divulgação ao seu eventual destinatário; a troca do bem que o coloca em contato direto com seu virtual usuário; e a última fase, a do consumo ou uso efetivo desse bem. Segundo o autor, em especial, deve haver a possibilidade para o debate e para a recriação.

Nessa concepção, a ação cultural torna-se um processo contínuo com um início delimitado, mas sem um fim previamente determinado. Ela possibilita, também, que o sujeito receptor não seja apenas passivo das ações recebidas, mas, sim, seja ativo no processo, tornando-se, desse modo, um produtor cultural.

O autor define que a ação cultural precisa ativar três esferas da vida, quais sejam: a **imaginação**, a consciência refletida a si mesma que inventa e abre possibilidades, na qual o sujeito é livre para imaginar e se permite o desafio de poder ser; a **ação**, que viabiliza o que foi previamente imaginado; e a **reflexão**, que é a continuidade e exercício teórico, onde o sujeito lhe permite fazer uma continuidade de si mesmo, de consciência e de sua ação, ou seja,

a transformação (COELHO, 1989). A seguir está representado o processo cíclico que compreende a ação cultural consoante a concepção do autor.

Figura 1 – O processo cíclico da ação cultural



Fonte: Elaborada pela pesquisadora com base em Coelho (1989).

Como se pode visualizar na Figura 1, um processo de ação cultural deve promover inicialmente a imaginação do indivíduo, na qual ele é estimulado a pensar sem limitações ou imposições sociais. A partir da imaginação, surgirão ideias e possibilidades para concretizá-las e, em seguida, haverá o pensamento reflexivo sobre essa ação, na busca de compreender o que foi apreendido, observando sobre as mudanças em determinada situação ou estágio de conhecimento. Nesse ponto, o ciclo se fecha e “a imaginação é novamente ativada” (COELHO, 1989, p. 94). Por isso, enfatiza-se que a ação cultural se concretiza de maneira continuada.

Ainda de acordo com Coelho (1989, p. 33), a base da ação cultural é a “produção simbólica de um grupo” que se importa no movimento em direção à liberdade de criatividade dos indivíduos, a fim de se deslocarem do conhecido às novas realidades. O autor também menciona que na ação cultural é vital o pensamento divergente, agregando ao processo tudo aquilo que interessa sem se preocupar com a origem, já que isso será transformado em pensamento organizado para reestabelecer ou fortificar laços comunitários a partir de uma ação pautada pela arte operativa como uma de suas principais formas de imaginário.

Com o exposto, compreende-se que a ação cultural tem em sua essência a formação de consciências estimuladas a pensar criticamente sobre suas próprias realidades, criando assim novos contextos para benefícios pessoais e sociais. A reflexão, imaginação e criação estão, sobremaneira, ligadas à ação cultural, pois, em virtude desses elementos, os indivíduos

podem criar, pensar criticamente e obter a fruição de um produto cultural e alcançar a transformação social.

4.2.2 Os três eixos de Milanesi e Barros: uma proposta para ação cultural

De acordo com Milanesi (2003), para a efetivação de projetos de ação cultural é necessário que no espaço cultural contenham informações preexistentes sobre determinado assunto. Por exemplo, ao desenvolver uma oficina sobre empreendedorismo, a biblioteca deve conter em seu acervo documentos que abordem essa temática, para que os participantes da atividade possam buscar essas informações e conhecer o que já foi produzido sobre o assunto, possibilitando o aprofundamento do conhecimento sobre o tema. A partir disso, os participantes poderão elaborar uma nova ideia, refletir sobre os objetos da exposição etc. Essa extensão da atividade está relacionada com o aspecto contínuo da ação cultural.

Para o autor, existem essencialmente três verbos conjugados em um centro de cultura para que se desenvolvam ações culturais em sua completude, são eles: **informar**, **discutir** e **criar**. Sem que exista uma ordem específica, o primeiro verbo refere-se a “todo o conjunto de processos e procedimentos que leva o público a ter acesso às informações” (MILANESI, 2003, p. 172). O autor indica que essa ação é frequentemente atribuída às atividades das bibliotecas com suas coleções de livros e demais acervos que vão desde os materiais impressos aos multimídias que guardam os mais diversos registros do conhecimento.

No entanto, o eixo informar não se limita apenas aos registros informacionais tradicionalmente concebidos. Existe a demanda por outro campo informativo que é “flexível, amplo, conjuntural” (MILANESI, 2003, p. 177). Dessa maneira, um centro cultural deve se preocupar em informar sobre assuntos de utilidade pública, como, por exemplo, sobre o mercado de trabalho, informações sobre a cidade, legislação, assuntos jurídicos, segurança pública, direitos dos cidadãos, entre outros.

O segundo verbo, discutir, vai além da simples organização de informações para atender a demandas previamente estabelecidas. Este, por sua vez, engloba um universo de possibilidades que ultrapassam o “fluxo viciado da circulação do conhecimento”, onde os indivíduos aprendem o que devem querer. Deve-se, portanto, quebrar esse fluxo, estimulando oportunidades de reflexão e crítica sobre aquilo que não é conhecido. Segundo o autor, isso pode ser feito por meio de seminários, ciclos de debates, como, por exemplo, aqueles nos quais os temas abordados são variados. Percebe-se que o ato de discutir assemelha-se aos elementos de imaginação e reflexão propostos por Coelho (1989). Após acessar uma

informação por meio da leitura de um livro, por exemplo, o indivíduo deve fazer a reflexão, praticando o pensamento crítico sobre o conteúdo e não apenas consumir as informações.

O verbo criar, segundo o autor, é o que dá sentido aos outros verbos, informar e discutir, pois este é o objetivo próprio de um centro de cultura. A criação será proporcionada com salas de laboratório, oficinas e espaços para debates, onde o processo inventivo dar-se-á na organização de estímulos, eliminação de obstáculos e na liberdade de expressão, o que raramente se vê em bibliotecas tradicionais, onde até mesmo são coibidas ações que atrapalhem o silêncio. Milanesi (2003) sugere que os centros de cultura devem superar essas barreiras, promovendo a criação e a discussão crítica que permitam aos indivíduos que saiam da rotina, inventem, critiquem, pois sem a criatividade não existe ação cultural.

Barros (2010), especialista na temática no Brasil, sugere que a ação cultural seja um projeto que envolva um “processo informativo-pedagógico que interfere no nível cultural e de conhecimento de uma dada comunidade”. Segundo ela, para efetivar projetos de ação cultural, a biblioteca pública deverá fazer um estudo preliminar da comunidade para conhecê-la e propor atividades que não visem a agredir os valores sociais preconcebidos, mas, sim, que busquem discutí-los, instigando novas facetas da realidade já existente. Esse processo, segundo a autora, é constituído em três ações articuladas entre si: informar, debater e criar conhecimento.

Percebe-se que a autora apoia-se nas propostas de ação cultural abordadas em Milanesi (2003) e em Coelho (1989). Para isso, ela elenca algumas possibilidades para a efetivação da ação cultural retomando tais conceitos. O rol proposto pela autora, que é exemplificativo, associa-se aos exemplos práticos elencados por Milanesi (2003).

Desse modo, a fim de conceber uma proposta para a realização de ação cultural em bibliotecas, foi desenvolvido o quadro a seguir com base nesses autores.

Quadro 5 – Possibilidades de Ação Cultural

Informar	Debater/Discutir	Criar
Filmes	Fóruns	Oficinas
Palestras	Debates	Ateliês
Livros	<i>Blogs</i>	Concursos
Notícias	<i>Chats</i>	Laboratórios
Internet	Seminários	Cursos
Artigos	Desafios	Jogos
Painéis	Avaliações	Competições

Fonte: Elaborado pela autora, com base em Milanesi (2003) e Barros (2010)

No eixo “Informar”, tem-se a disponibilização do acesso a variados conteúdos, em diferentes suportes. Em seguida, tem-se o debate que pode ser sobre o que foi apreendido a partir do primeiro eixo ou relacionado às discussões diversas levantadas pelas pessoas. No terceiro eixo, há a criação com a exemplificação de atividades que podem ser desenvolvidas para estimular esse processo. Nota-se que as possibilidades elencadas pelos autores remetem, de certo modo, ao processo cíclico proposto por Coelho (1989) – imaginação, ação e reflexão –, no qual, se colocarmos em termos práticos, também irão estabelecer as atividades discriminadas nos três eixos de Barros (2010) e Milanesi (2003). No entanto, percebe-se que a concepção de Barros (2010) e Milanesi (2003) estipula maneiras voltadas às instituições culturais e à maneira como esses verbos serão transformados em projetos de ação cultural. Já a concepção de Coelho (1989) parece ser voltada para a efetivação da ação cultural no sujeito, levando-se em conta os processos subjetivos relacionados a ele.

Barros (2010) traz ainda três exemplos práticos de projetos de ações culturais a serem realizados em bibliotecas públicas, os quais são exibidos no Quadro 6.

Quadro 6 – Exemplos de projetos de ação cultural para bibliotecas públicas

ATIVIDADES			
Assunto	Informar	Discutir	Criar
Moda	Exibição de <i>clip</i> sobre a moda ditada por princesas reais, filmado em torno de personalidades marcantes dos nossos dias	Mesa redonda composta por analistas de moda, com o intuito de comparar as roupas exibidas e destacar os pontos altos e baixos de cada coleção de modelos exclusivos	Dar oportunidade ao público de, inspirando-se no que foi apresentado e discutido, desenhar ou executar novos modelos em computador ou em papel e escala menor. É também uma oportunidade para conhecer um pouco da biografia
Trabalho	A biblioteca exibiria um painel de recortes de periódicos sobre o assunto, no processo de informar, além de expor capas de obras sobre a temática, existentes no acervo ou viáveis para empréstimo inter-bibliotecas	Discutir as recentes alterações no salário dos aposentados, bem como discutir o fator previdenciário. A discussão poderia ser feita entre os interessados pelo assunto e um sindicalista, advogado ou economista, por exemplo	Grupo de trabalho para assimilar a questão e publicar os resultados em jornal do bairro, divulgando as opiniões
Literatura	Exposição de uma obra de José Saramago	Análise da vida e dos seus livros por um acadêmico especialista, que discutiria com a platéia as temáticas preferidas pelo autor, como as tendências políticas e religiosas	Concurso local de crônicas sobre esse prêmio Nobel de literatura

Fonte: Adaptado de Barros (2010).

A partir do exposto, percebe-se que um projeto de ação cultural deve contemplar os três eixos e não apenas somente um deles de maneira isolada. Observa-se, sobretudo, o aspecto dinâmico do desenvolvimento das atividades que abrange desde temas literários, já conhecidos por serem oferecidos em bibliotecas, a assuntos relacionados ao direito dos trabalhadores, o que demonstra a extensão de possibilidades que a biblioteca pública atua.

A ação cultural pode então ser definida como o processo de planejar, elaborar e oferecer os recursos necessários para o desenvolvimento dos indivíduos com o objetivo de provocar o pensamento crítico sobre as suas condições de vida, inquietando-os sobre sua própria realidade, na qual o sujeito age ativamente e autonomamente. Além disso, ela deve proporcionar a aquisição de novas habilidades, a partir do contato com novas informações e da prática criativa. Nesse sentido, a ação cultural envolve a aquisição de novos conhecimentos, a reflexão crítica sobre o que foi apreendido para romper com imposições pré estabelecidas, estimulando a criação e proporcionando, inclusive, melhor qualidade de vida à determinada comunidade/indivíduo.

Portanto, são diversas as ações culturais possíveis de serem realizadas pelas bibliotecas, ampliando sua área de atuação e efetivando seu papel social. A partir da discussão realizada, percebe-se que a concepção abordada em Milanesi (2003) e Barros (2010) mostra-se mais apropriada aos objetivos desta pesquisa por proporem maneiras de realizar ação cultural a partir da vertente de atuação da biblioteca/centro cultural.

Essa concepção será adotada para a categorização dos elementos que serão analisados para verificar de que maneira a Biblioteca de São Paulo promove ações culturais a partir das postagens que realiza no *Facebook*, identificando que tipo de conteúdo ela compartilha com o público nessa plataforma.

4.3 A PROMOÇÃO DE AÇÃO CULTURAL PELAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS: UMA REVISÃO

Neste tópico será apresentada a revisão de literatura acerca da temática de ação cultural que compõe a pesquisa bibliográfica realizada para investigar o estágio atual de conhecimento sobre o tema. Para tanto, foram selecionadas seis bases de dados consideradas como referência no meio científico para efetuar a pesquisa, sendo elas: *Scopus*, *Web of Science*, Biblioteca Digital de Teses e Dissertações do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (BDTD/IBICT), *Google Acadêmico*, *Directory of Open Access Journals* (DOAJ) e a Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da

Informação (BRAPCI)⁷. Nessas bases, foram analisados artigos de periódicos científicos, teses, dissertações e capítulos de livros, para investigar o que há de discussão acerca de ação cultural em mídias sociais, especialmente quando realizada por bibliotecas públicas.

A pesquisa nas bases foi feita no mês de março de 2018 e refeita nos meses de setembro e outubro de 2018, após as sugestões feitas pela banca no exame de qualificação, onde foram incluídas novas bases e termos mais específicos para realizar a busca. Optou-se por iniciar o levantamento pelo termo “Ação cultural e biblioteca pública”, definido como tema central deste estudo. A busca foi feita com a utilização de aspas, recurso esse que especifica, por meio da filtragem dos dados, os resultados da pesquisa. Os resultados são apresentados na Tabela 1 a seguir:

Tabela 1 – Levantamento acerca do termo “Ação cultural e biblioteca pública”

Bases de dados	Quantidade de documentos recuperados
<i>Scopus</i>	0
<i>Web of Science</i>	0
BDTD	8
BRAPCI	28
<i>Google Acadêmico</i>	32
DOAJ	3

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Por meio da leitura dos resumos dos trabalhos localizados, foi possível identificar aqueles que mais se aproximavam dos objetivos desta dissertação e que, por isso, serão descritos nos parágrafos subsequentes.

Dentre os documentos recuperados na base BDTD, destacam-se três dissertações: a de Gonçalves (2011), que analisa a efetivação de ações culturais realizadas pela Biblioteca Pública do Paraná por meio da participação ativa do público nas atividades culturais da biblioteca. As ações ocorreram a partir da aproximação da biblioteca com a comunidade por meio de cineclubes, oficina de poesia, apoio dos funcionários da biblioteca em projetos da comunidade etc. A segunda refere-se à dissertação de Bazílio (2014), que discutiu o papel da biblioteca pública na potencialização da cidadania, analisando a atuação das bibliotecas parques do Rio de Janeiro. A autora da pesquisa entende que a ação cultural é a principal função das bibliotecas públicas e que se caracteriza por dar voz à comunidade. Constatou, por

⁷ Apesar de ser uma base voltada para o campo da Ciência da Informação, a escolha dessa base justifica-se por trazer importantes trabalhos relacionados às bibliotecas, sendo, portanto, relevante para a busca dos termos pesquisados.

meio de pesquisa de campo nas bibliotecas, que as ações culturais aconteciam mais relacionadas aos eventos promovidos pela biblioteca, como saraus, e estavam voltadas mais ao público infantil e menos ao público adulto, o que limita, de certo modo, o campo de atuação da ação cultural, que deve ocorrer para todas as categorias de usuários, sem distinção. Por fim, destaca-se a dissertação de Gesteira (2013), que aponta para a importância da leitura como um instrumento de democracia e que deve ser inserida nas atividades de ação cultural elaboradas pelas bibliotecas.

Dentre os documentos recuperados na base DOAJ, o de Rasteli e Caldas (2017) traz importantes reflexões ao abordar a ampliação do papel das bibliotecas no que está relacionado especialmente à cultura, pois considera que estas estão direcionadas “para a melhoria das condições sociais, como na criação de tolerâncias multiculturais e de integração social” (RASTELI; CALDAS, 2017). Para tanto, os autores discorrem que dentre as diversas possibilidades de atuação no âmbito das bibliotecas públicas estão a de ser local de encontro, de diálogo e de criação, permeado pela diversidade cultural. Esse estudo, em especial, corrobora com a discussão teórica realizada no Capítulo 3 desta dissertação sobre o papel social da biblioteca, dialogando com as propostas evidenciadas pelos autores.

Já o estudo de Oliveira, Vieira e Lopes (2015) faz um comparativo entre as ações culturais realizadas nas bibliotecas municipais de Goiânia e nas bibliotecas municipais de São Paulo. Elenca que as atividades de ação cultural realizadas nas bibliotecas goianas foram: contação de histórias, doação de livro, feira do livro, palestras, debates e visitas monitoradas e a utilização de *blogs*, redes sociais, rádios e a realização de visitas presenciais em instituições de ensino para divulgar esses serviços. Já nas bibliotecas de São Paulo, as ações ocorriam por meio das seguintes atividades: oficinas, palestras, debates, contação de histórias, peças teatrais, mostra de filmes, saraus, música, danças, jogos, entre outros, sendo que os principais meios de divulgação dessas ações eram *blog* ou site institucional, redes sociais, cartazes, convites, *folders* e jornais de bairro. O trabalho concluiu que as bibliotecas paulistas atuam de maneira mais contínua no desenvolvimento de suas ações, que são mais variadas em relação às das bibliotecas de Goiânia.

Dentre os trabalhos encontrados no *Google Acadêmico* e na BRAPCI, destacam-se o de Gewehr (2014) e Gomes (2016), que abordam a importância da integração de atividades de ação cultural nas bibliotecas públicas, e o de Meneguel e Albuquerque (2013), que discorre sobre como os eventos culturais são importantes para promover essas ações, ao entender que estes são exemplos de atividades que ajudam na formação dos indivíduos, sendo, portanto, essenciais no processo da educação e da cidadania.

Por outro lado, Ribeiro e Cunha (2007) argumentam que para promover ação cultural não basta que as bibliotecas realizem apenas exposições de produtos culturais, como exibição de filmes, contação de histórias e demais atividades em que o público participe apenas como espectador. Deve-se, no entanto, haver o debate após essas exposições, estimulando o pensamento crítico. Essa concepção demonstra que as bibliotecas precisam fazer acompanhamento após as atividades, com o intuito de promover o ato de reflexão e atuação criativa dos participantes para proporcionar o desenvolvimento que é proposto pela ação cultural.

Araújo (2013) destaca que a internet é um meio propício para a divulgação de informações, produtos e serviços disponibilizados pelas bibliotecas, além de outros *links* de interesse do público. Isso demonstra como a presença da biblioteca na internet é necessária para proporcionar maior visibilidade de seus serviços e também para vinculá-la a outras ações que ocorrem fora do seu espaço, mas que são importantes de serem disseminadas ao público. Essa importância também é discutida no trabalho de Rosa (2009), que salienta que no atual contexto informacional existem novos caminhos para a comunicação, sendo que a internet pode ser utilizada como uma ferramenta facilitadora de diversas ações promovidas pelos bibliotecários na prática cultural.

Nesse ponto, Magalhães (2015) enfatiza que os *blogs* são instrumentos de comunicação que podem ajudar na divulgação dos espaços de bibliotecas, percebendo que essa ferramenta pode ir além da disseminação de informações, tornando-se um ambiente de cooperação, no qual diversas pessoas contribuem para a produção de conteúdos.

Lessa e Gomes (2017) acreditam que as bibliotecas públicas são espaços onde as pessoas são estimuladas à participação cidadã, convidadas a formar opinião pública e discutir possíveis mudanças sociais, e utilizam as ações culturais para mediar a informação. Para os autores, os dispositivos da *web* social, como a internet, representam boas estratégias para divulgar as ações e estimular os usuários a irem até o espaço físico da biblioteca.

Silva e Santos (2017), ao analisarem as ações de mediação cultural nas bibliotecas públicas de Londrina, destacam que elas são feitas em atividades como a hora do conto, exposições, oficinas, mas que os profissionais bibliotecários tem um entendimento superficial quanto ao significado das práticas culturais. Entende-se que a formação dos profissionais que atuam nas bibliotecas é extremamente importante para que os projetos culturais sejam efetivos.

Silva e Miguel (2012) elencaram uma série de ações culturais desenvolvidas pela Biblioteca Pública de São Paulo, como a hora do conto, clube de leitura, oficinas de artes,

entre outros, constatando que têm sido efetivas na fidelização de sócios que participam dessas atividades.

Araújo e Francelin (2016) destacam que ações culturais em bibliotecas públicas são feitas por meio de trabalhos manuais e oficinas que possibilitam, por exemplo, a prática da escrita, e que, além de serem educativas, permitem ao usuário expressar seus pensamentos em forma de poemas ou contos, por exemplo. Dessa forma, os usuários passam de meros expectadores a atores principais da atividade.

Santos (2015) corrobora com essa posição indicando que a biblioteca pública deverá desenvolver projetos voltados ao resgate cultural, promovendo ações que visem à mediação da informação no processo político educativo, no qual seu público e, principalmente, o não público passem de meros receptores a produtores de cultura, participando da discussão sobre essas questões. Para efetivar essas ações, o gestor cultural deve implantar projetos que busquem a participação das pessoas na produção de bens culturais.

Com o intuito de abranger a produção científica internacional relacionada à temática deste trabalho, optou-se por realizar a mesma pesquisa no idioma inglês. Assim, inseriu-se na área de busca das mesmas bases de dados os termos “*Education program and library*”, “*Outreach program and library*” e o termo “*Cultural programming and library*”.

Para embasar a tradução do termo ação cultural foram feitas leituras em artigos científicos, pesquisas em dicionários sobre estudos culturais e, ainda, retomou-se o referencial teórico da pesquisa a fim de encontrar como essa expressão é concebida na língua inglesa. No que se refere aos artigos em português, com resumos em inglês, identificou-se que era feita a tradução literal para a expressão *Cultural action*. Porém, ao inserir esse termo nas bases de dados internacionais não foram recuperados trabalhos que especificassem o conceito, mas, outrossim, artigos que continham somente um dos termos isoladamente. Quanto aos artigos na própria língua inglesa, constatou-se que não há definição, conforme os moldes estabelecidos pela literatura sobre o assunto no Brasil, do conceito estudado.

Desse modo, buscou-se a tradução do termo em dicionários de estudos culturais escritos em língua inglesa, como o de Barker (2004), no Dicionário de Política de Bobbio (1998), no Dicionário Crítico de Política Cultural de Coelho (1997) e no Dicionário da área de Biblioteconomia de Cunha (2008). Apenas neste último encontrou-se a tradução precisa do termo ação cultural para a expressão *outreach program*. Para compreender o significado da palavra *outreach*, pesquisou-se o termo nos dicionários da língua inglesa *Crambridge* e *New Oxford American Dictionary*. A seguir, apresentam-se os significados encontrados em cada um deles.

Outreach. Substantivo. Definição: um esforço para fornecer serviços ou informações para as pessoas onde elas moram ou passam tempo. Adjetivo. Levar serviços médicos ou outros para as pessoas em casa ou para onde passam tempo. Substantivo. O processo de construção de relações de uma organização com as pessoas para aconselhá-las, por exemplo, sobre problemas de saúde ou financeiros (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2018, tradução nossa).

No *New Oxford American Dictionary* (2018, tradução nossa) há a seguinte definição: “Outreach. Substantivo: a extensão ou a extensão do alcance. Envolvimento de uma organização ou atividade na comunidade, no contexto do bem-estar social: seu objetivo é aumentar o alcance educacional”. Percebe-se nesta tradução uma ampla abrangência do significado do termo. Porém, como parte dele relaciona-se aos serviços de organizações em uma comunidade para promover o bem-estar social, acredita-se que se aproxima da proposta de ação cultural concebida no referencial teórico desta dissertação. Por isso, optou-se por prosseguir com a busca, sendo que no momento da recuperação dos trabalhos nas bases de dados foi feita uma filtragem, a partir da leitura de seus resumos, e, assim, foram descritas as pesquisas que mais se aproximavam dos objetivos desta dissertação.

Já o termo *education program* foi utilizado por Coelho (1989) em seu livro que aborda os conceitos de ação cultural. Ao realizar uma pesquisa preliminar com esta expressão nas bases de dados, percebeu-se que alguns dos trabalhos recuperados também se aproximavam do conceito designado para a expressão ação cultural na língua portuguesa e, por isso, optou-se por agregá-lo nessa revisão de literatura.

O termo *cultural programming* também foi incluído como uma palavra-chave para esta revisão devido à extensa importância dada para essa atividade no livro de Robertson (2005), especialmente no âmbito da biblioteca pública. Conforme discutido no Capítulo 4, compreende-se que a programação cultural indicada pela autora se aproxima bastante de projetos de ação cultural e, por isso, optou-se pela inclusão desta expressão no levantamento.

Os resultados dessa busca são apresentados nas tabelas 2, 3 e 4.

Tabela 2 – Levantamento acerca do termo “*Education program and public library*”

Bases de dados	Quantidade de documentos recuperados
<i>Scopus</i>	26
<i>Web of Science</i>	5
BDTD	0
BRAPCI	0
<i>Google Acadêmico</i>	1
DOAJ	23

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

A partir da leitura dos resumos dos trabalhos recuperados, percebeu-se que os assuntos eram variados, uma vez que não enfocavam a ação cultural propriamente dita, mas sim programas educacionais diversos e atividades oferecidas por bibliotecas e demais instituições.

No entanto, alguns deles são destacados aqui como possibilidades de projetos a serem inseridos na proposta de ação cultural. O primeiro deles é o artigo recuperado na base *Scopus* de Gray, Elliot e Wale (2013) sobre um programa de saúde feito entre uma equipe de médicos que se associaram a uma biblioteca pública para oferecer oficinas ao público geral com o objetivo de melhorar a capacidade dos participantes em encontrar e usar informações de saúde. O trabalho também aborda a importância da internet como fonte de informação em saúde no sentido de influenciar o comportamento das pessoas sobre o assunto. Entende-se que fornecer informações e oficinas sobre a saúde vai ao encontro dos pressupostos do papel social da biblioteca pública no que se refere à melhoria das condições de vida. Capacitar a comunidade sobre saúde pública traz conhecimentos sobre cuidados básicos de sanitarismo e prevenção, diminuindo o risco de doenças.

O segundo estudo⁸ trata da participação de uma biblioteca estadual australiana em um projeto público de pedagogia que envolvia questões sociopolíticas de educação sobre alunos surdos. Neste trabalho, a biblioteca atuou com a curadoria dos profissionais e com a disponibilização do espaço para a realização de uma exposição pública sobre o assunto. Desse modo, a biblioteca demonstra a importância de abordar temas sobre inclusão.

O terceiro estudo de Ballestra e Cavaleri (2016) aborda a importância das bibliotecas públicas italianas em oferecer cursos sobre educação financeira. Percebemos com esse estudo, mais uma vez, a ampliação dos serviços das bibliotecas por abordarem temáticas tão importantes para a vida pessoal, como as finanças.

O quarto artigo de Overbey, Dotson e LaBadie (2018) descreve dois programas sobre Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática desenvolvidos entre bibliotecas públicas e instituições de ensino superior em Ohio nos Estados Unidos. As instituições entendem que esses assuntos são componentes importantes da sociedade e que o aprendizado dos alunos nessas disciplinas pode levar a importantes oportunidades, inclusive profissionais. Desse modo, percebe-se a ação cultural no sentido que essas bibliotecas ofereceram cursos para viabilizar novos aprendizados, os quais podem ainda proporcionar carreiras futuras aos alunos.

⁸ <https://www-scopus.ez49.periodicos.capes.gov.br/record/display.uri?eid=2-s2.0-85000608469&origin=resultslist&zone=contextBox>

Dentre os artigos recuperados na base *Web of Science*, dois deles eram os mesmos encontrados na base *Scopus* e outros dois abordavam questões sobre saúde, diabetes e programas de educação pública. O único artigo que tratava especificamente de bibliotecas públicas foi o de Copeland e Barreau (2011), que fala da importância das bibliotecas como instituições culturais, argumentando que elas são responsáveis por fornecer recursos e serviços que atendam às necessidades da comunidade e oferecer oportunidades que atendam aos interesses sociais, possibilitando a descoberta de coisas novas. Esse aspecto aproxima-se dos conceitos teóricos expostos nesta dissertação sobre ação cultural ao enfatizar o aspecto criativo das atividades que as bibliotecas oferecem ao público.

Por fim, dentre os trabalhos recuperados na base DOAJ, destaca-se apenas um deles: o de Bogel (2012), que se refere a um estudo sobre programas de leituras em parceria entre bibliotecas escolares e bibliotecas públicas no período de férias que constatou que os alunos que participaram das atividades iniciaram o ano letivo mais preparados para aprender nas escolas, demonstrando mais motivação, prazer e confiança na leitura.

Os demais artigos recuperados nessas bases, incluindo o do *Google Acadêmico*, não abordam ações culturais ou programas culturais, mas temas diversos sobre letramento informacional, biblioteconomia cooperativa, programas de saúde e ensino da biblioteconomia.

Tabela 3 – Levantamento acerca do termo “*Outreach program and public Library*”

Bases de dados	Quantidade de documentos recuperados
<i>Scopus</i>	15
<i>Web of Science</i>	1
BDTD	0
BRAPCI	0
<i>Google Acadêmico</i>	0
DOAJ	4

Elaborado pela autora, 2018.

Dentre os resultados encontrados por meio da pesquisa demonstrada na Tabela 3, percebeu-se que alguns deles repetiam-se em mais de uma base ou já haviam sido recuperados quando a pesquisa foi feita com o termo *education program*. É o que ocorreu com o único trabalho localizado na base *Web of Science* e com três dos quatro trabalhos da base DOAJ, que também estavam na lista da base *Scopus*.

Dentre os demais, pode-se evidenciar três artigos localizados na *Scopus*: o de Sung e Hepworth (2013), que enfoca as implicações para a prática do envolvimento da comunidade em bibliotecas públicas do Reino Unido e sugere um modelo para que isso ocorra baseado na

realidade e nas percepções da comunidade e dos participantes e não apenas sob uma perspectiva institucional. Ou seja, o modelo entende a importância de serem consideradas as características e necessidades do público para que o envolvimento com as bibliotecas e a utilização dos seus serviços seja satisfatório.

O segundo refere-se ao trabalho de Abdullah *et al.* (2015), que aborda temática bastante próxima aos objetivos desta dissertação ao investigar o uso de ferramentas de mídia social para melhorar as atividades de inclusão e oferta de informações e serviços em bibliotecas. O estudo também examinou a existência de políticas que encorajaram o uso das mídias sociais e os desafios que as bibliotecas enfrentam ao integrar essas ferramentas em seus serviços. Para tanto, realizou a pesquisa em 110 bibliotecas da China, Suíça, Estados Unidos, Reino Unido, Austrália e Nova Zelândia, nas quais apenas 28 responderam e foram analisadas, incluindo bibliotecas públicas. Os resultados indicaram que as bibliotecas já utilizam as mídias sociais em seus serviços e, até certo ponto, para atividades de inclusão e fornecimento de informações e serviços para a comunidade. Indicou, ainda, que há carência de políticas específicas que esclarecessem as responsabilidades das bibliotecas na promoção da inclusão social.

Por fim, o recente trabalho de Baba e Abrizah (2018) examinou as iniciativas desenvolvidas nas bibliotecas da Malásia para melhorar o papel da biblioteca na promoção do intercâmbio de conhecimento e tecnologia, bem como no bem-estar da comunidade. Para tanto, explorou como essas bibliotecas estão transformando a sociedade por meio do engajamento da comunidade, destacando iniciativas realizadas pelas bibliotecas para promover o acesso a coleções, serviços e eventos. O artigo conclui que diversas iniciativas têm sido eficazes, mas que estes serviços não devem ser restritos de iniciativas em bibliotecas públicas.

Dentre os trabalhos recuperados na base DOAJ, destaca-se o de Fedorowicz (2007), que, ao considerar as bibliotecas públicas como instituições sociais, indica que elas têm que estar atentas às diferentes características apresentadas pela sociedade, bem como oferecer serviços para atender às necessidades de pessoas portadoras de deficiências. O trabalho discute três modelos americanos de serviços em bibliotecas públicas em comparação com a prática nas bibliotecas públicas da Polônia. Esses modelos incluem, por exemplo: a prestação de serviços fora da biblioteca (programas de extensão) e a prestação de serviços em centros de necessidades especiais. O artigo conclui que as bibliotecas públicas da Polônia ainda são escassas na oferta de serviços específicos para as demandas de pessoas com deficiência, mas

que devem promover o quanto antes estratégias para avançar nesse sentido, tendo em vista o crescente número de pessoas portadoras de necessidades especiais na Polônia.

Na Tabela 4, apresenta-se o levantamento feito com o termo “*Cultural programming and public library*”⁹.

Tabela 4 - Busca pelo termo “*Cultural programming and public library*”

Bases de dados	Quantidade de documentos recuperados
<i>Scopus</i>	5
<i>Web of Science</i>	1
BDTD	0
BRAPCI	0
Google Acadêmico	0
DOAJ	0

Fonte: elaborado pela autora, 2018.

Nesta busca, o artigo encontrado na base *Web of Science* também estava na lista recuperada da base *Scopus*, mas ele aborda questões sobre organização e gerenciamento de bibliotecas prisionais, por isso não é descrito nesta revisão. A leitura dos resumos dos demais artigos localizados na base *Scopus* permitiu constatar que os estudos não retratam exatamente o foco que se propõe a ação cultural, mas foi possível destacar dois deles: o primeiro, de Lim e Kim (2009), analisa o surgimento das midiatecas na França, consideradas um novo modelo de bibliotecas que armazenam não só livros, mas diferentes suportes da informação. O estudo tem como escopo descrever a evolução das bibliotecas públicas para esse novo modelo e examinar os efeitos de programas sociais e culturais nessas midiatecas para o espaço físico em que está inserida. O segundo aborda o impacto dos serviços de aprendizagem e de tecnologias colaborativas na construção e no *design* de bibliotecas. A pesquisa percebeu a necessidade de serem criados espaços de aprendizagem dentro da biblioteca como requisito para a expansão dos seus serviços e para atrair mais usuários ao ambiente seu físico.

Por meio dos trabalhos recuperados na literatura internacional, percebe-se que a ação cultural está intimamente ligada ao fornecimento e à divulgação de informações sobre diversos assuntos de interesses sociais, como: inclusão social, leitura, saúde pública e finanças; a oferta de cursos e oficinas dentro do espaço das bibliotecas e fora delas; o engajamento e a participação ativa da comunidade na criação de serviços, corroborando, desta forma, com a importância que o usuário possui na consecução das atividades ofertadas pelas

9 No momento da busca, também foi inserida a expressão *cultural program*, que significa programa cultural como uma variação para o termo.

bibliotecas públicas. Além disso, percebeu-se que as bibliotecas buscam integrar-se com outros institutos para elaborar projetos de extensão para a comunidade e que consideram úteis utilizar a internet e mídias sociais para oferecer serviços.

Na literatura nacional, depreende-se que a ação cultural aborda atividades práticas, como sarau, palestras, debates, eventos culturais, elaboração de projetos, que promovam a formação, educação e cidadania. Constatou-se também uma forte necessidade de utilizar a internet e mídias sociais para a disseminação dos projetos e para criar um ambiente de cooperação com os usuários.

Tanto na literatura nacional quanto na internacional, as pesquisas indicam que as bibliotecas públicas são consideradas instituições sociais e que, por essa razão, precisam estudar a comunidade em que está inserida para conhecer suas características e demandas por serviços e informação.

Com o intuito de aproximar um pouco mais esta revisão aos objetivos propostos nesta dissertação, que investiga a promoção de ação cultural com a utilização de mídias sociais, optou-se também por pesquisar nessas bases os seguintes termos: ação cultural com mídias sociais, “*outreach program and social media*”, “*education program and social media*” e “*cultural programming and social media*”. No que se refere ao termo em português, não foi localizado nenhum trabalho. Por isso, decidiu-se realizar a pesquisa sem o recurso das aspas. Os resultados estão apresentados na tabela abaixo.

Tabela 5 – Levantamento acerca do termo “Ação cultural e mídias sociais”

Bases de dados	Busca pelo termo com aspas	Busca pelo termo sem aspas
<i>Scopus</i>	0	0
<i>Web of Science</i>	0	0
BDTD	0	92 registros
<i>Google Acadêmico</i>	0	50.000 registros
DOAJ	0	1 registro
Brapci	0	5 registros

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

O índice de revocação sem as aspas foi bastante alto, tendo em vista que sem esse recurso a busca é feita de modo mais amplo. Por isso, a maioria das pesquisas distanciavam-se dos objetivos desta dissertação, pois continham trabalhos com apenas um dos elementos de busca, ora somente o termo “cultural”, outrora “ação”, e nos demais com a palavra “mídias”

ou “sociais” localizadas de modo isolado. Fazendo uma leitura rápida dos trabalhos mais recentes foi possível destacar dois deles.

O primeiro foi recuperado na base Brapci, é o trabalho de Galeale e Oliveira (2018), cujo título é “Mediação cultural no âmbito da *Web 2.0*: interatividade, participação e experiência”, que trata da mediação cultural e da produção de sentidos a partir da interação do público com um espetáculo cênico produzido e circulado no *Facebook*. Como resultados, o artigo apresenta que a utilização de mídias sociais em processos culturais ainda encontra obstáculos, tanto no que se refere à concretização quanto no que diz respeito à participação dos sujeitos nesses processos. Este estudo traz importantes elementos para percebermos o potencial interativo das mídias sociais em atividades culturais.

O segundo refere-se ao trabalho de Tomaél, Alcará e Chiara (2005), recuperado na base *Google Acadêmico*, intitulado “Das redes sociais à inovação”, que traz elementos importantes para esta dissertação no que se refere ao compartilhamento de informações e conhecimentos por meio das relações que são estabelecidas entre as pessoas que interagem nas mídias sociais. O trabalho reflete que as redes sociais são recursos importantes para a inovação, tornando-se espaços de aprendizagem. Os demais artigos recuperados nessa base trazem, em sua maioria, relação com movimentos sociais na internet, demonstrando o potencial mobilizador que a interação nesse ambiente possui.

Na próxima tabela, apresentam-se os resultados encontrados para as três expressões de busca na língua inglesa e com a utilização do recurso de aspas.

Tabela 6 – Busca pelos termos na língua inglesa

Base de dados	<i>Outreach program and social media</i>	<i>Education program and social media</i>	<i>Cultural program and social media</i>
<i>Scopus</i>	19	87	1
<i>Web of Science</i>	4	26	0
BDTD	0	0	0
BRAPCI	0	0	0
<i>Google Acadêmico</i>	1	1	0
DOAJ	0	0	0

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Quanto à palavra-chave “*outreach program and social media*”, destacam-se dois artigos recuperados na base *Scopus*: o primeiro de Akakandelwa (2016), que discute os benefícios e os desafios éticos que os bibliotecários enfrentam ao fornecer serviços por meio

do uso de tecnologias de redes sociais na internet. O segundo, de Katz e Tennyson (2009), reflete sobre como as mídias sociais podem ser integradas para promover engajamento da comunidade em assuntos relacionados à infraestrutura e a projetos de interesse social, preocupando-se em entender as barreiras que ainda precisam ser superadas ao participar de comunidades virtuais, como, por exemplo, estimular a participação pública, produzir conteúdos, e se todos têm acesso às plataformas *online*.

Já na base *Web of Science*, destaca-se o trabalho de Hudson e Hall (2013) sobre o uso das mídias sociais para expandir o alcance de informação e o engajamento de empregados no que se refere ao programa de saúde do trabalhador promovido por uma universidade de Iowa, nos EUA, demonstrando que ainda é preciso saber utilizar melhor as mídias sociais para envolver o público-alvo nessas questões.

Os demais trabalhos, inclusive o único artigo localizado no *Google Acadêmico*, abordavam a questão da divulgação de produtos e notícias em mídias sociais e a promoção de questões relacionadas à saúde e à prevenção de doenças.

Quanto ao termo “*Education program and social media*”, foram encontrados os seguintes resultados: na base *Web of Science*, destacam-se dois artigos. O primeiro, de Elmer, Herrison e Silva (2016), indica que o uso das mídias sociais é uma abordagem barata e inovadora para complementar a educação direta e promover conhecimento sobre programas de educação alimentar e nutricional. O trabalho conclui que devem ser usados recursos visuais como vídeos, receitas coloridas e imagens para atrair a atenção do público. O segundo, de Park *et al.* (2016), considera o *Facebook* como a plataforma *online* mais popular entre os adolescentes e, portanto, pode ser um meio eficaz para oferecer educação em saúde.

Na base *Scopus*, considera-se o trabalho de Alenezi e Yaiesh (2018) sobre a mídia social como um evidente potencial para contribuir com a aprendizagem ao longo da vida na educação médica, o que se mostrou pelo fato de haver muitos participantes mantendo sua presença em várias plataformas de mídia social para se engajar em atividades sociais e de aprendizado. Também enfatiza-se o trabalho de Carpenter, Morrison (2018) sobre a utilização do *twitter* para construir redes de aprendizagem profissional.

Os demais artigos abordavam essencialmente que os educadores devem considerar o crescente papel das tecnologias de mídia social como uma fonte acessível de apoio educacional e como uma ferramenta de aprendizado.

Por fim, o único trabalho localizado com a palavra-chave “*cultural programming and social media*” é o de Johanson (2015) que demonstra o engajamento e a divulgação em sites de mídia social de eventos culturais realizados em parques públicos de Vancouver. O

estudo constatou que a discussão nas mídias sociais desses eventos formam comunidades em torno de interesses sociais comuns aos grupos.

Verifica-se que os resultados encontrados na literatura nacional demonstram o potencial de interação e engajamento nas mídias sociais para participar de programas culturais e utilizá-las como espaços de aprendizagem. Na literatura estrangeira, também foi percebida a importância atribuída às mídias sociais como plataformas de aprendizagem e para o envolvimento da comunidade em projetos de interesses sociais. Além disso, as mídias sociais são entendidas como meios para divulgação de notícias sobre saúde e demais informações de utilidade pública.

Deste modo, no capítulo em que é feita a análise do *Facebook* da Biblioteca de São Paulo, retomaremos os indícios dessas pesquisas para contextualizá-los com as atividades que são desempenhadas pela biblioteca nessa mídia social.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O percurso metodológico de um estudo é estabelecido com base no problema central da pesquisa. Esta dissertação tem como questionamento central a seguinte pergunta: de que maneira a Biblioteca de São Paulo promove ações culturais junto à comunidade a partir das postagens realizadas no *Facebook*? Para respondê-la, foram estabelecidos quatro objetivos e fases para cumprir cada um deles, conforme apresentados no quadro a seguir:

Quadro 7 – Objetivos estabelecidos e fases para alcançá-los

Objetivos	Fases
a) Mostrar a relação entre mídias sociais e ação cultural;	Exposto por meio de discussões que envolveram todo o desenvolvimento desta dissertação, mas especialmente retratado no levantamento dos termos acerca da produção científica nacional e estrangeira no Capítulo 4.
b) Verificar quais assuntos são abordados nas publicações da Biblioteca de São Paulo no <i>Facebook</i> ;	Feito por meio da coleta de dados no <i>Facebook</i> da Biblioteca, leitura flutuante, e pela análise de conteúdo conforme proposto por Bardin (1977).
c) Analisar como ocorre a interação da Biblioteca de São Paulo e o engajamento dos seguidores em sua <i>fanpage</i> no <i>Facebook</i> ;	Por meio da elaboração de gráficos no capítulo 6, a partir dos dados recuperados na coleta de dados e realizando uma análise à luz do referencial teórico sobre engajamento <i>online</i> .
d) Investigar, por meio da análise de conteúdo, a promoção de ações culturais nas postagens do <i>Facebook</i> da Biblioteca de São Paulo com base em três eixos da ação cultural: criar, refletir e informar.	Realizado no capítulo 6 por meio da coleta de dados no <i>Facebook</i> da biblioteca e da análise de conteúdo em todas as postagens extraídas, retomando os três eixos propostos por Barros (2010) e Milanesi (2003) para a efetivação da ação cultural.

Fonte: elaborado pela autora, 2018.

Observa-se que esses objetivos acompanham todos os estágios de desenvolvimento desta dissertação, sendo cada um deles abordados em momentos específicos para que pudessem ser realizados com clareza e de modo efetivo. Em seguida, procedeu-se com a utilização dos métodos científicos que são descritos posteriormente.

Tendo em vista que o fenômeno a ser investigado centra-se em verificar a promoção de ações culturais pelas bibliotecas por meio de mídias sociais, este trabalho situa-se no campo da Comunicação, uma vez que são explorados vários aspectos de interação social, de engajamento de usuários no *Facebook*, compartilhamento de informações, trocas simbólicas e produção de conteúdos nas mídias sociais.

Desse modo, quanto à forma de abordagem, esta pesquisa se caracteriza como qualitativa, haja vista que a etapa de coleta dos dados forneceu os dados sobre estatísticas e

sobre frequência, enquanto a análise concentrou-se na abordagem qualitativa dos dados, pois este método possibilita que o pesquisador veja “os fenômenos sociais holisticamente” (CRESWELL, 2007, p. 187). Isto que dizer que possibilita ao pesquisador estudar o objeto por diferentes ângulos, dispondo de instrumentos e técnicas que possibilitam explorar o objeto de pesquisa de modo amplo, provendo percepções detalhadas sobre os comportamentos e interações sociais, os quais são subjetivos e possuem características complexas.

Com essa abordagem, a pesquisadora analisou os conteúdos das publicações no *Facebook* da Biblioteca de São Paulo, o comportamento dos seguidores em relação às postagens e ainda retomou o referencial teórico para embasar a análise dos resultados obtidos.

Nesse sentido, a abordagem qualitativa utilizada proporcionou analisar de modo mais aprofundado o conteúdo das postagens que foram categorizadas e ainda evidenciar características em relação à interação que ocorre entre a biblioteca e o público por meio do compartilhamento das informações no *Facebook*. Por conseguinte, a pesquisa teve, ainda, caráter descritivo e exploratório para conhecer melhor as características que envolvem o objeto a ser investigado “com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato” (GIL, 2008, p. 27), possibilitando, assim, a construção de hipóteses acerca do fenômeno em estudo. Desse modo, foram exploradas as informações contidas nos sites e mídias sociais da instituição e, em seguida, essas informações foram descritas para obter uma visão ampla sobre as características do objeto.

Esta pesquisa trata-se de um estudo de caso centrado na Biblioteca de São Paulo, para conhecer de modo detalhado e aprofundado as características desse objeto. Segundo Goldenberg (2004), o estudo de caso é uma análise holística do objeto de pesquisa que tem por objetivo compreendê-lo em seus próprios termos. Portanto, a análise busca as diversas características da Biblioteca de São Paulo que passam pela sua criação, sua concepção como biblioteca pública, pelo órgão governamental ao qual está vinculada, pelas atividades e projetos que desenvolve, e até pela análise das postagens que realiza no *Facebook*.

De acordo com os procedimentos técnicos para realizar a pesquisa, foi feita inicialmente a pesquisa bibliográfica, para situar e conhecer o estágio atual da produção científica sobre o tema (GIL, 2010) com o intuito de verificar os trabalhos relacionados ao problema de pesquisa, possibilitando o delineamento dos objetivos da pesquisa com caráter inovador. Ademais, após os resultados encontrados ao final do estudo, serão retomadas estas pesquisas para perceber quais as novas evidências obtidas, contribuindo para a literatura. A pesquisa bibliográfica é importante, também, para dar suporte e base teórica, uma vez que

acompanha todo o percurso de desenvolvimento do trabalho, desde os primeiros estágios da pesquisa até a coleta e a análise dos dados.

Em seguida, procedeu-se com os instrumentos utilizados para a coleta dos dados no *corpus* de pesquisa que forneceu o material para a pesquisadora analisar os elementos. Posteriormente, foi realizada a análise de conteúdo para investigar as mensagens contidas nas postagens da Biblioteca de São Paulo.

A partir dos resultados obtidos com a coleta e a categorização dos dados e da pesquisa bibliográfica, foi possível à pesquisadora realizar a análise dos dados de modo a refletir sobre os resultados encontrados.

5.1 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Para a coleta dos dados, foi utilizada a ferramenta digital *Netvizz*, que possibilita a extração de dados brutos em páginas e grupos do *Facebook*.

O aplicativo *Netvizz* foi criado em 2009 pelo professor Bernhard Rieder, em Amsterdam, e possibilita a coleta de informações em duas seções do *Facebook*: grupos com até cinco mil membros e páginas (RIEDER, 2013).

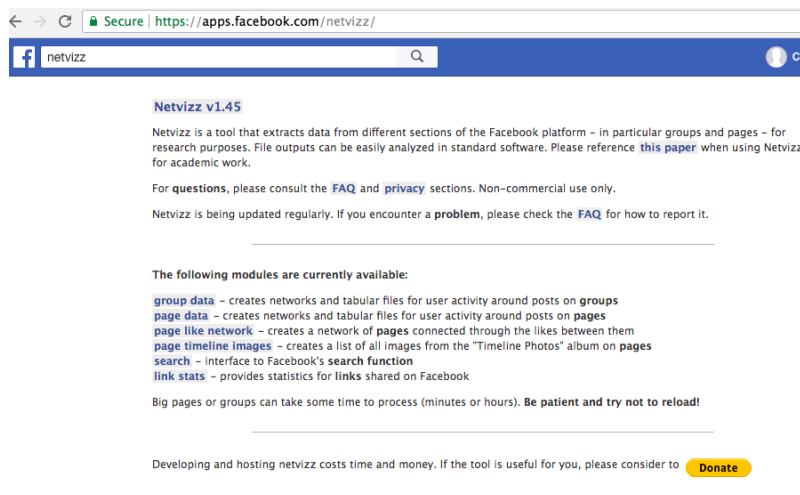
Para ter acesso à ferramenta, é necessário estar logado em alguma conta no *Facebook*. O aplicativo fornece informações métricas, extraindo dados, como, por exemplo, quantidade de *posts* diários, publicações mais curtidas e comentadas, número de compartilhamentos, reações e engajamento de usuários em determinada postagem, as quais, após processadas, são compactadas em um arquivo *zip*, no qual poderão ser feitos os *downloads* das tabelas geradas em planilhas legíveis nos formatos *calc* e *excel*, onde estão dispostas as informações separadamente em cada coluna. Desse modo, o pesquisador consegue ter acesso a um grande volume de informações quantitativas, de modo rápido e organizado, tornando mais precisa a recuperação dos dados necessários ao desenvolvimento da pesquisa.

Atualmente, estão disponíveis seis módulos para geração de arquivos no *Netvizz*, são eles: ***group data***, que coleta dados das atividades de usuários em torno de postagens feitas em determinado grupo; ***page data***, que gera dados das atividades de usuários em torno de postagens em determinada página; ***page like network***, que apresenta uma rede de páginas conectadas entre si; ***page timeline images***, que cria uma lista de imagens do álbum “*timeline photos*” de determinada página; ***search***, que é uma interface para a função de pesquisa do

Facebook; e o módulo *link stats*, que fornece estatística de *links* compartilhados no Facebook (FACEBOOK, 2018b).

Na figura abaixo apresenta-se a tela inicial do aplicativo *Netvizz*.

Figura 2 – Aplicativo *Netvizz*



Fonte: Aplicativo do *Netvizz*, Facebook (2018b).

Conforme a figura, percebe-se que é necessário selecionar o módulo em que se deseja realizar a coleta dos dados e, em seguida, inserir algumas informações para que o aplicativo gere os dados solicitados. Esses procedimentos serão explicados nos tópicos subsequentes.

5.2 ETAPAS PARA A COLETA DOS DADOS

Com o intuito de organizar a coleta dos dados necessários para responder ao problema de pesquisa, dividiu-se esse procedimento em duas etapas discriminadas a seguir.

5.2.1 Primeira etapa: período delimitado para a extração dos dados e corpus da pesquisa

O *corpus* desta pesquisa compreende as postagens efetuadas na página oficial do Facebook da Biblioteca de São Paulo. Para a coleta dos dados, optou-se por definir o interím que compreende o dia 01 de janeiro de 2017 ao dia 31 de agosto de 2018. O recorte de tempo foi necessário devido ao volume de dados contidos nessa mídia social, sendo necessário delimitar a análise. Portanto, a pesquisa precisou ser feita em um período de tempo razoável para que a pesquisadora alcançasse os objetivos da pesquisa.

A escolha do período que compreende os anos de 2017 e 2018 deve-se ao interesse de buscar as informações mais atuais possíveis sobre a atuação dessa biblioteca no Facebook

e, assim, observar a promoção de ações culturais nessa mídia social. Devido à data de defesa para esta dissertação ocorrer no mês de dezembro de 2018, foi necessário que a coleta dos dados fosse feita no máximo no mês de setembro de 2018, para que assim houvesse tempo viável para realizar a análise dos dados. Por esse motivo, a data final para a coleta dos dados foi definida em 31 de agosto de 2018.

Entende-se que estudar os dois últimos anos de atividade da biblioteca no *Facebook* poderá refletir de forma mais atual as ações culturais que por ela são desenvolvidas. Além disso, estudar o ano completo de 2017 e parte de ano de 2018 possibilitará a verificação de possíveis variações e padrões nas publicações e no engajamento do público em determinados meses, inclusive no que se refere às datas comemorativas, período de férias, entre outros elementos.

5.2.2 Segunda etapa: extração dos dados no Facebook da Biblioteca de São Paulo

Para esta pesquisa optou-se por extrair os dados no módulo *page data*, por se tratar de uma *fanpage*. Isto é, esse módulo permitiu a visualização tanto dos dados relacionados às atividades da biblioteca no *Facebook* (conteúdos publicados, compartilhamento de vídeos e respostas aos comentários) quanto às atividades dos seguidores em relação a essa página (curtidas, comentários, compartilhamentos e reações). A extração dos dados foi feita com os seguintes procedimentos:

- 1) Para recuperar as informações, foi necessário inserir o endereço ID¹⁰ da página do *Facebook* da Biblioteca de São Paulo na área indicada no *Netvizz*;
- 2) Informar o período de tempo para a efetuar a busca, que foi de 01 de janeiro de 2017 a 31 de agosto de 2018;
- 3) Escolher os tipos de dados para obter. Optou-se pelo *full data*, que recupera informações mais completas referentes ao número de postagens por dia, publicações mais comentadas, curtidas, reações, compartilhamentos, tipo de postagens, *link* das postagens etc;
- 4) Por fim, optou-se pelos dados *posts by page and users*, que recuperam informações referentes às atividades da página e dos usuários.

Na Figura 3 será demonstrado como ocorreu a inserção das informações necessárias para a coleta dos dados na ferramenta.

¹⁰ O ID é o número de identificação único de uma *fanpage* no *facebook* e foi obtido no site <http://lookup-id.com/#>

Figura 3 – Dados da BSP inseridos no *Netvizz* para a extração dos dados

Netvizz v1.6
Page Data Module

On February 5 2018 Facebook has removed API access for a number of elements on public pages. This includes fans per country and all user information, which means user-post bipartite graphs can no longer be generated and users can no longer be distinguished in comment files.

This module gets posts (specify either last n or a date range) on a page and creates these files:

- A tabular file (tsv) that lists a series of metrics for each post;
- A tabular file (tsv) that lists basic stats per day for the period covered by the selected posts, including reactions per post;
- A tabular file (tsv) that contains the text of user comments (no user information);

Attention: processing time depends a lot on page size and may take up to an hour or more. The script may run out of memory or access credits for very large pages (> 1M comments/likes). Consider grabbing stats only or working with smaller date blocks. On the first run, *always* select "post statistics only" to get an idea of the size of the page.

Attention: the Facebook API's /feed and /post endpoints may retrieve incomplete sets of posts for certain users, pages and date spans. This affects all software gathering data through the API. According to Facebook, these endpoints now show the same posts the logged user would see on the page surface. Which posts are retrieved may depend on whether you like the page or not. For a research perspective on missing posts, check out [this paper](#).

See the api reference documentation for the [page/feed endpoint](#).

Check the [FAQ](#) for how to deal with problems.

page id: (find page ids [here](#) or through Netvizz' search module)

date scope: ☐ last posts (max. 999)
☒ posts between and

data to get: ☐ post statistics only (post metrics, stats per day)
☐ post statistics and 200 top ranked comments per post
☒ full data (full comment files, can fail for larger pages)

get post by page only or [posts by page and users](#)

Fonte: Aplicativo do *Netvizz*, Facebook (2018b).

Após o processamento das informações indicadas, os dados foram extraídos e gerados, conforme apresentado na figura a seguir:

Figura 4 – Dados extraídos no *Facebook* da BSP

Netvizz v1.6

Getting posts between 2017-01-01T00:00:00+0000 and 2018-08-31T23:59:59+0000.

pid: 156602864371510 / until:2018-08-06T21:30:20+0000 (100,2883584)
 pid: 156602864371510 / until:2018-07-04T12:01:50+0000 (100,4718592)
 pid: 156602864371510 / until:2018-05-23T23:47:20+0000 (100,5242880)
 pid: 156602864371510 / until:2018-03-29T22:00:56+0000 (100,5505024)
 pid: 156602864371510 / until:2018-02-16T21:21:08+0000 (100,6029312)
 pid: 156602864371510 / until:2018-01-14T10:30:17+0000 (100,6553600)
 pid: 156602864371510 / until:2017-11-09T12:01:00+0000 (100,6815744)
 pid: 156602864371510 / until:2017-09-14T14:30:19+0000 (100,7340032)
 pid: 156602864371510 / until:2017-07-20T14:35:13+0000 (100,7864320)
 pid: 156602864371510 / until:2017-05-21T14:05:08+0000 (100,8388608)
 pid: 156602864371510 / until:2017-03-23T16:40:12+0000 (100,8650752)
 pid: 156602864371510 / until:2017-01-28T11:15:13+0000 (100,9175040)
 pid: 156602864371510 / until:2016-12-02T23:00:25+0000 (100,9699328)

Retrieved data for 1247 posts.

Aggregate Analysis

1247 posts covering the period from 2017-01-01 02:55:23 to 2018-09-01 00:16:33
 330 comments (0.26463512429832 average)
 5385 reactions (4.3183640737771 average)

Fonte: Aplicativo do *Netvizz*, Facebook (2018b).

Conforme apresentado na Figura 4, foram recuperados 1.247 postagens no *Facebook* da BSP no período de 01 de janeiro de 2017 a 31 de agosto de 2018. A extração de dados gerou três arquivos: o primeiro, denominado *fullstats*, apresenta as estatísticas completas dos *posts* recuperados, contendo uma coluna para cada item: postagem, tipo de postagem, *link* da postagem, conteúdo das mensagens, número de interações com contagem de *likes*, comentários e comentários respondidos, compartilhamentos, reações, engajamento, data e

hora das publicações. O segundo refere-se à planilha *comments*, que tabula os comentários das publicações. O terceiro arquivo, *statsperday*, informa as estatísticas por dia, apresentando em cada coluna apenas números referentes à data, quantidade de postagens curtidas, reações, comentários e compartilhamentos em determinada data.

Para categorizar os dados e realizar a análise de conteúdo, foram utilizadas as informações contidas no arquivo *fullstats*, por ser mais completo.

5.3 MÉTODO DE ANÁLISE DOS DADOS

Para analisar os dados coletados, recorreu-se ao método de análise de conteúdo, conforme proposto por Bardin (1977). Ressalta-se que o universo da pesquisa compreende as 1.247 postagens extraídas no *Facebook* da Biblioteca de São Paulo. A pesquisadora decidiu analisar todas as postagens ao invés de selecionar uma amostra, pois percebeu a necessidade de investigar o máximo de *posts* possíveis para representar a maneira que a biblioteca busca interagir com os seguidores no *Facebook*.

A análise de conteúdo é uma técnica que possibilita desvendar os sentidos dos textos contidos nas mensagens (BARDIN, 1977). Desse modo, esse método tornou-se relevante para que a pesquisadora alcançasse um dos objetivos da pesquisa, que é o de verificar a promoção de ações culturais pela biblioteca a partir de conteúdos publicados no *Facebook*. Além disso, esse método foi fundamental para a categorização dos dados, sendo importante para a identificação mais precisa do tipo de conteúdo publicado e para a identificação de fenômenos, recorrências e frequências de categorias e demais aspectos sociais relacionados ao tema de pesquisa.

Por meio dos elementos de recorrência encontrados nas publicações, chegou-se à identificação de padrões das mensagens, como tipo de publicação, conteúdos mais compartilhados e frequência das categorias relacionadas à ação cultural. Por fim, proporcionou-se uma visão mais aprofundada para envolver o contexto social da pesquisa.

Desse modo, a análise de conteúdo tornou-se útil tanto para desvendar os sentidos dos textos quanto para abrir possibilidades para a continuação da análise, incluindo os demais componentes na observação, como aquelas relacionadas às atividades dos usuários em relação às referidas postagens.

A análise de conteúdo é uma técnica que tem como campo a “análise das comunicações” (BARDIN, 1977, p. 31) e tem o intuito de:

[...] obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de

conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1977, p. 42).

Levando-se em conta a pergunta central da presente pesquisa, a análise de conteúdo é efetiva uma vez que possibilita ao analista realizar inferências sobre os “possíveis efeitos das mensagens” (BARDIN, 1977, p. 39). Isso permite dizer que, a partir desta técnica, o pesquisador pode verificar as possíveis consequências e influências de uma informação disponível em determinada mídia.

Segundo Campos (2004, p. 613), realizar inferências com a análise de conteúdo significa “não somente produzir suposições subliminares acerca das mensagens”, mas embasá-las com os pressupostos teóricos utilizados na pesquisa e com a observação dos dados acerca dos produtores ou receptores das mensagens. Por isso, quando feita a análise dos resultados desta pesquisa, buscou-se perceber as intenções de comunicação da biblioteca e as atividades dos usuários em relação às publicações, retomando o referencial teórico e os resultados da revisão de literatura para observar o avanço que esta pesquisa pode proporcionar na área.

5.3.1 Categorização dos dados

A categorização dos dados foi feita de forma temática, na qual foram identificados os temas centrais das publicações para analisar os significados das mensagens. Já o método utilizado para a definição das categorias foi o de caixas, onde elas são estabelecidas antes de serem selecionadas as análises de registro (BARDIN, 1977). As análises de registro constituem-se pelo material categorizado e analisado, que, por sua vez, pode ser frases, palavras e/ou expressões (BARDIN, 1997). Neste estudo, as unidades de registro são compostas pelos conteúdos textuais contidos nas postagens realizadas pela biblioteca.

Para tanto, as categorias foram determinadas preliminarmente e só depois as postagens foram classificadas em cada uma delas. A definição das categorias foi feita de acordo com os conceitos expostos no referencial teórico da pesquisa, onde os autores discorrem sobre ação cultural, o que possibilitou definir os seguintes elementos como categorias: informar, debater e criar.

Com o intuito de explicar melhor as categorias, apresenta-se a seguir um quadro descritivo contendo a descrição, os componentes e os exemplos de cada uma delas.

Quadro 8 - Descrição das categorias de análise

Categorias	Descrição	Componentes	Exemplos
Informar	Processo de disseminar informações em variados suportes. Contempla procedimentos que a biblioteca realiza para que o público tenha acesso às informações que vão desde as tradicionais contidas no acervo da biblioteca, como livros, jornais e revistas, até informações de interesse da comunidade, como segurança pública e mercado de trabalho.	Filmes, palestras, livros, notícias, artigos, painéis, teatro, contos, shows, exposições.	Doação e empréstimo de livros, apresentação teatral, apresentação musical, exposição de arte.
Discutir/Debater	Ato de discutir sobre determinadas informações. Proporcionar o pensamento crítico e reflexivo sobre conteúdos apreendidos.	Fóruns, debates, <i>blogs</i> , seminários, desafios, avaliações, conteúdos relacionados à reflexão etc.	Clube de leitura, mesa redonda, fóruns de discussão, debate sobre elaboração de um projeto social.
Criar	Processo criativo das pessoas. Ação em que os indivíduos colocam em prática informações aprendidas, desenvolvendo ou obtendo novas habilidades.	Oficinas, ateliês, concursos, laboratórios, jogos, competições, atividades lúdicas, atividades culturais, cursos práticos.	Oficina de costura, curso de gastronomia, curso de libras, treinamento de jogos.

Fonte: elaborado pela autora, com base em Barros (2010) e Milanesi (2003).

Conforme apresentado no Quadro 8, as categorias procuram materializar o que foi discutido no referencial teórico da pesquisa, principalmente de acordo com Milanesi (2003), Barros (2009), Coelho (1989), Flusser (1983) e Cunha (2010). A partir da descrição de como cada categoria ocorre na prática, percebe-se que estas ações são parte dos serviços abrangidos na concepção de biblioteca pública no que se refere à promoção de atividades de cunho social e cultural que vão desde a exibição de palestras e exposições a oficinas que possibilitam a atuação na prática para desenvolver habilidades como corte e costura, gastronomia e aprendizado de uma nova língua.

Acredita-se que estendê-los para o ambiente virtual implica em adaptações, mas, sobretudo, em possibilidades. Por exemplo: no eixo informar, as palestras podem ser transmitidas *online* pelo *Facebook* da biblioteca, também podem ser expostas diariamente as principais notícias acerca dos acontecimentos da cidade. O eixo debater, por sua vez, é uma oportunidade da biblioteca realizar *lives*¹¹ para interagir ao vivo com o público, como por exemplo, para debater a leitura de um livro em uma espécie de clube de leitura *online*. Ela também tem a opção de criar uma interação postando perguntas sobre algum tema de interesse

¹¹ *Lives* são vídeos feitos ao vivo, em que ao mesmo tempo em que está acontecendo o vídeo, os usuários podem comentar e os transmissores conseguem visualizar em tempo real e responder diretamente no vídeo que está no ar.

social e estimular o debate dos seguidores por meio dos comentários. No eixo criar, há a possibilidade de promover concursos literários, por meio de uma postagem oficial, onde a biblioteca premia os seguidores que escreverem a melhor poesia no comentário. Cursos de gastronomia ou de costura podem ser detalhados em postagens ou por meio de dicas rápidas em vídeos curtos.

Essas são apenas algumas maneiras que a pesquisadora propõe para promover ação cultural no ambiente do *Facebook*. Os resultados obtidos e a análise dos dados fornecerão mais elementos para desenvolver essa ideia e constatar outras possibilidades.

Apesar de entendermos que ação cultural é um processo que se efetiva no sujeito, ressalta-se que as categorias serão analisadas a partir do olhar sobre as ações da biblioteca e não do entendimento dos usuários, pois esta pesquisa investiga como a biblioteca atua para desenvolver ação cultural no *Facebook*. A partir dos resultados obtidos neste trabalho, pesquisas futuras poderão ser feitas para conhecer o entendimento do público da biblioteca sobre as ações que ela promove no *Facebook*, já que isso demanda uma investigação mais profunda e subjetiva sobre as perspectivas do sujeito, como os anseios individuais, os gostos, as necessidades e as demais características pessoais.

5.3.2 Etapas para a análise dos dados

A análise dos dados divide-se em três etapas. A primeira refere-se às atividades da biblioteca no *Facebook* e dos seguidores da página que está descrita no tópico 6.1. Nesse momento, são apresentados os gráficos e as tabelas construídas a partir dos resultados da interação entre biblioteca e seguidores. Portanto, são expostas a quantidade de postagens feitas pela biblioteca, as reações dos usuários frente a essas publicações, apresentando o total de curtidas, comentários e compartilhamentos. Também são apresentados os tipos de publicação efetuados, como *links*, fotos, vídeos e *status*, a atividade dos usuários de acordo com cada tipo de postagem, a variação de postagens e a interação dos usuários de acordo com os meses do ano.

A segunda etapa refere-se à análise de conteúdo feita nas postagens do *Facebook* da Biblioteca de São Paulo. Nessa análise, apresentam-se a categorização dos dados, a quantidade total de postagens por categoria, as atividades dos usuários em relação às categorias, demonstrando quais postagens obtiveram mais curtidas, comentários, reações e compartilhamentos. Além disso, também são expostas algumas postagens, por meio de *prints* no *Facebook*, para exemplificar cada categoria e analisar os seus temas.

Na terceira etapa, é feita a análise reflexiva acerca dos resultados obtidos nas duas etapas anteriores a partir da visão da pesquisadora e retomando o referencial teórico do trabalho para verificar se, de fato, a biblioteca promove ação cultural no *Facebook*, além de estabelecer um diálogo com os resultados desta dissertação em relação aos resultados encontrados na revisão de literatura.

Por fim, nas considerações finais serão discutidas as hipóteses propostas na pesquisa, para verificar se elas foram confirmadas ou refutadas, o problema central da pesquisa para respondê-lo, além de refletir sobre a contribuição deste estudo para a área.

6 A BIBLIOTECA DE SÃO PAULO: RESULTADOS OBTIDOS

Antes de expor o estudo feito sobre a Biblioteca de São Paulo (BSP), é importante trazer as informações referentes ao Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas de São Paulo (SisEB), a fim de apresentar o contexto em que se insere a BSP.

O SisEB foi criado em 1984, por meio da Secretaria de Cultura do Governo do Estado de São Paulo, e integra bibliotecas públicas, municipais e comunitárias localizadas no Estado (SÃO PAULO, 1984). O sistema tem como objetivo “estimular e apoiar as bibliotecas de acesso público do estado na democratização da informação, do livro e da leitura”, sendo composta atualmente por mais de 800 unidades incluindo a BSP e a Biblioteca Parque Villa-Lobos (SISEB, 2018b).

O SisEB organiza anualmente o Seminário Internacional de Bibliotecas Públicas e Comunitárias (Seminário Biblioteca Viva), que ocorre na cidade de São Paulo e visa a estimular que as bibliotecas públicas promovam espaços culturais, atrativos à leitura e que se aproximem da comunidade por meio do acesso à informação (SISEB, 2018b).

O SisEB possui um site oficial que integra toda a rede, além de utilizar as seguintes mídias sociais: um canal no *YouTube*, uma página oficial no *Facebook* e um *blog* institucional, publicando nesses meios diversos conteúdos referentes aos serviços, produtos e ações desenvolvidas pelas bibliotecas.

O SisEB mantém, por meio da Secretaria de Cultura, duas bibliotecas na capital paulista, a BSP e a Biblioteca Parque Villa-Lobos (BVL), apresentado-as como modelo do conceito Biblioteca Viva, que, além de promover a leitura, busca integração com a comunidade local, atuando com práticas inovadoras na oferta de atendimento humanizado e individualizado e “proporcionando aos visitantes uma programação cultural rica e diversificada” (SISEB, 2018b).

As ações desenvolvidas nessas bibliotecas são tidas como referência e são amplamente disseminadas às demais bibliotecas componentes do SisEB por meio de encontros, eventos, cursos e publicações no site, *blog* e mídias sociais.

A BSP foi criada em 2010 por meio do Decreto nº 55.319 do Governo do Estado de São Paulo, sendo entendida como um equipamento cultural da área de Difusão Cultural da Secretaria de Cultura de São Paulo (SÃO PAULO, 2010). A unidade está localizada no Parque da Juventude, onde antes estava instalado o antigo presídio do Carandiru, na Zona Norte da capital paulista, o que traz uma simbologia especial para o local que foi cenário de um dos maiores massacres penitenciários do mundo no ano de 1992 e agora se transformou

em um espaço para a promoção da leitura e da cultura. A biblioteca tem por objetivo “incentivar e promover o gosto pela leitura”. Para isso, atua em projetos de inclusão social, além de oferecer serviços com foco centrado nos frequentadores e sócios da biblioteca (BSP, 2018b).

A instituição é mantida pela Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo e gerida pela organização social SP Leituras (SISEB, 2018b). Com a leitura da descrição de suas atribuições informadas em seu site, entende-se que seus serviços aproximam-se do programa *Mais Cultura*, do Ministério da Cultura (MinC), os quais vêm buscando promover a oferta de equipamentos e espaços que forneçam à população o acesso à produção e à expressão cultural em âmbito nacional.

Em março de 2018, a BSP foi indicada ao prêmio da *International Excellence Awards 2018*¹² na categoria Biblioteca do Ano, ficando entre as finalistas e concorrendo com as bibliotecas de Oslo (Noruega), Aarhus (Dinamarca) e Riga (Letônia), o que traz destaque nacional e internacional para a instituição.

A biblioteca possui site institucional próprio e *fanpages* nas seguintes mídias sociais: *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Flickr*, *YouTube*, *RSS* e um *blog*. A seguir, apresenta-se uma tabela informando a quantidade de seguidores e a frequência de publicação que a biblioteca efetua em cada das mídias sociais.

Tabela 7 - Mídias sociais utilizadas pela Biblioteca de São Paulo

	Quantidade de seguidores	Frequência de publicação
<i>Facebook</i>	21.096	diária
<i>Instagram</i>	2.192	semanal
<i>Twitter</i>	26.600	diária
<i>Flickr</i>	216	-
<i>Youtube</i>	1012	mensal
<i>RSS</i>	-	-
<i>Blog</i>	-	semanal

Fonte: Elaborada pela autora (2018).

Conforme apresentado, até a data em que esta dissertação foi finalizada, o *Facebook* da biblioteca possuía 21.096 (vinte e um mil e noventa e seis) seguidores. Apesar de ser a

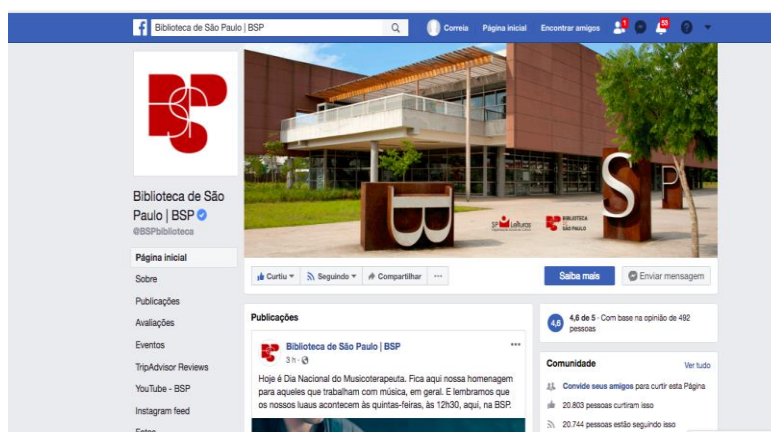
¹² O prêmio é oferecido em parceria com a Associação de Editores do Reino Unido (UK Publishers Association), que celebra as melhores iniciativas internacionais na área do livro em 17 categorias: audiolivro, livraria, inovação editorial, iniciativa educacional, festival literário, publicação acadêmica, publicação infantil, tradução literária, inovação digital, entre outras. Para cada uma delas, há um júri composto por especialistas na área (THE LONDON BOOK FAIR, 2018).

segunda mídia social com maior número de seguidores da biblioteca, a BSP tem atuação mais frequente nessa mídia, realizando postagens diariamente, o que, em média, ocorre mais de uma vez ao dia.

A maioria das postagens são compostas por imagens, *links* ou vídeos acompanhados de um texto com legenda.

Na figura abaixo apresenta-se a página inicial do *Facebook* da biblioteca.

Figura 5 – Página inicial do *Facebook* da Biblioteca de São Paulo



Fonte: BSP (2018a).

No site da biblioteca, são apresentadas diversas informações sobre os serviços, os produtos e as atividades realizadas. Os dados mais atuais referem-se ao ano de 2017, conforme apresentado abaixo:

Tabela 8 – Estatísticas de uso e serviços da Biblioteca de São Paulo no ano de 2017

Frequência	294.953
Total de sócios ativos	27.514
Total geral de acervo	43.113
Total geral de aquisição	2.617
Itens circulados: soma de consultas e empréstimos	124.917
Participação em ações culturais	19.340
Ações culturais	1.058

Fonte: Adaptado do site da BSP (2018b).

De acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), (2018), a população da cidade de São Paulo no ano de 2018 está estimada em 12.176.866

(doze milhões, cento e setenta e seis mil, oitocentos e sessenta e seis) pessoas. Pode-se dizer que a frequência de pessoas que durante o ano de 2017 foram até o espaço físico da biblioteca utilizar algum serviço ou até mesmo conhecê-la revela-se expressivo junto com a quantidade de itens circulados, isto é, consultas, empréstimos e devoluções de materiais. Além disso, o número de sócios ativos da biblioteca mostra-se significativo, pois se entende que as pessoas que mais utilizam a biblioteca são aquelas que vivem nas regiões próximas de sua instalação física, onde a quantidade de habitantes representa uma parcela da população total da capital. No entanto, verifica-se que o total de seguidores na página do *Facebook* ainda é baixo, considerando o número total de habitantes, haja vista que para ser um seguidor da *fanpage* não há o obstáculo de não estar próximo do local físico, mas sim o interesse pelos conteúdos que a biblioteca compartilha. Isso também pode estar relacionado à divulgação das plataformas virtuais utilizadas pela biblioteca e pelo fato de muitas pessoas ainda não possuírem acesso à internet.

A presença em ações culturais pelo público soma o total de 19.340 (dezenove mil trezentos e quarenta) pessoas participantes, sendo que a quantidade de ações culturais realizadas pela biblioteca representa o total de 1.058 (um mil e cinquenta e oito) atividades. Levando-se em conta que esses dados referem-se ao período de apenas um ano, mostra-se um número significativo, tendo em vista que a quantidade de dias em um ano completo é de 365 (trezentos e sessenta e cinco). Percebe-se que houve em média mais de duas ações culturais por dia. Além disso, a quantidade de participantes nos projetos de ações culturais representa quase vinte vezes o número dessas atividades.

Por meio da análise prévia realizada no site e nas mídias sociais da biblioteca, verificou-se que ela os mantém atualizados com informações recentes sobre seus serviços e produtos. Em seu site, a biblioteca descreve também os programas permanentes que realiza. A maioria deles estão relacionados às atividades práticas, apresentações artísticas, jogos e clube de leitura. Ao ler a descrição dos programas, percebeu-se que esses projetos se aproximam dos conceitos de ação cultural e, por isso, estão descritos no Quadro 9.

Quadro 9 – Programas permanentes realizados pela biblioteca

Público-Alvo	Atividade	Descrição	Periodicidade
Infantil	Hora do conto	Mediação de leituras, dramatização e contação de histórias da literatura infanto-juvenil voltadas ao incentivo à leitura e ao desenvolvimento criativo dos participantes	Sextas-feiras, sábados e domingos
	Brincando e aprendendo	Atividade que reúne intervenções, jogos teatrais, ritmos e brincadeiras educativas	Quartas-feiras
	Pintando o 7	Conjunto de atividades que envolvem a criação artística, direcionada ao desenvolvimento intelectual das crianças	Quintas-feiras
	Lê no Ninho	Programa de iniciação e estímulo das potências cognitivas de crianças entre seis meses e quatro anos por meio de experiências lúdicas com os livros	Sábados e dois domingos por mês
Jovem	Lual BSP	A atividade apresenta temas relacionados à música, à literatura e à poesia e oferece um espaço para apresentações musicais na biblioteca	Quintas-feiras
Adulto	Clube de Leitura	Leitores de um mesmo livro reúnem-se uma vez por mês para trocar opiniões e críticas sobre a obra.	Uma quinta-feira por mês
	Segundas intenções	Bate papo mensal com um escritor convidado	Um sábado por mês
	Sarau da BSP	Espaço para apresentação de textos, poesia e música	Mensal
	Tecnologia dia a dia	Oficina de <i>smartphone</i> e redes sociais e curso de informática básico (+60 anos)	Não informa
Todas as idades	Jogos sensoriais (pessoa com deficiência)	Brincadeiras que estimulam o desenvolvimento da autonomia e das habilidades sensoriais, como memória e as capacidades visual, tátil e motora	Terças-feiras
	Leitura ao pé do ouvido	Mediação intimista de leitura, realizada nas dependências da biblioteca, com o objetivo de sugerir ao público autores, livros e temas.	Sextas-feiras
	Jogos para todos (pessoas com deficiência)	Xadrez para iniciantes e pessoas com deficiência visual (tabuleiros adaptados)	Sábados
	Domingo no Parque	Um pouco do que acontece na BSP levado para o lado de fora, à sombra das árvores do Parque da Juventude	Dois domingos por mês

Fonte: elaborado pela autora, com base em BSP (2013).

Verifica-se que as atividades descritas referem-se às ações culturais que a biblioteca promove em seu ambiente físico. Esses projetos demonstram o interesse da biblioteca em oferecer atividades dinâmicas que permitem a atuação criativa dos participantes. Isso é observado nas atividades Pintando o 7, Lê no ninho, Jogos para todos, Clube de leitura e Jogos sensoriais. Percebe-se também que as atividades são bem distribuídas em relação à faixa etária do público, mas não especificam atividades para idosos. Porém, depreende-se que eles estão incluídos no público-alvo “todas as idades”.

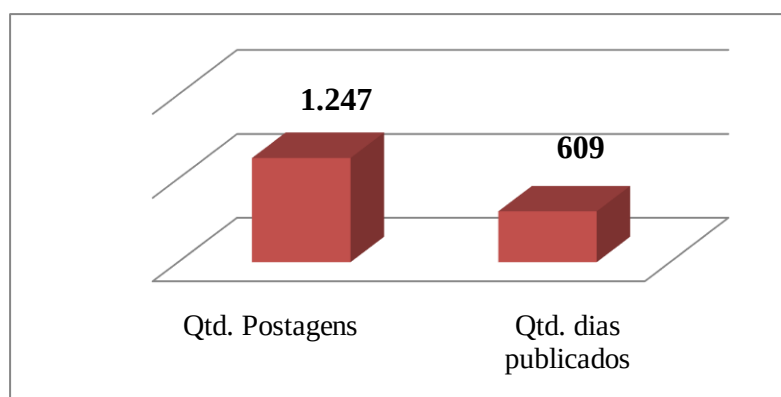
Quanto às características de cada atividade, elas serão verificadas com mais detalhes a partir dos resultados obtidos na análise de conteúdo das publicações do *Facebook* da BSP, relacionando-as ao que se propõe a ação cultural.

6.1 O USO DO *FACEBOOK* PELA BIBLIOTECA DE SÃO PAULO (BSP): ANÁLISE DAS ATIVIDADES DA BIBLIOTECA E DOS SEGUIDORES

Nesta primeira análise, apresentam-se os resultados obtidos na coleta de dados do *Facebook* da Biblioteca de São Paulo por meio da ferramenta *Netvizz*. Será feita a análise em relação às atividades da biblioteca e dos usuários, como quantidade de postagens realizadas, tipo de recurso mais usado nas postagens, quantidade de engajamento e reações dos seguidores. Após a extração dos dados, analisaram-se as informações organizadas nas planilhas geradas em *excel*. Para melhor visualizá-las foram gerados gráficos que estão apresentados a seguir.

Na extração de dados, foram recuperadas 1.247 postagens entre o período de 01 de janeiro de 2017 a 31 de agosto de 2018, distribuídas em um total de 609 dias publicados entre os dois anos, conforme demonstrado no gráfico 2.

Gráfico 2 – Quantidade de postagens e de dias publicados



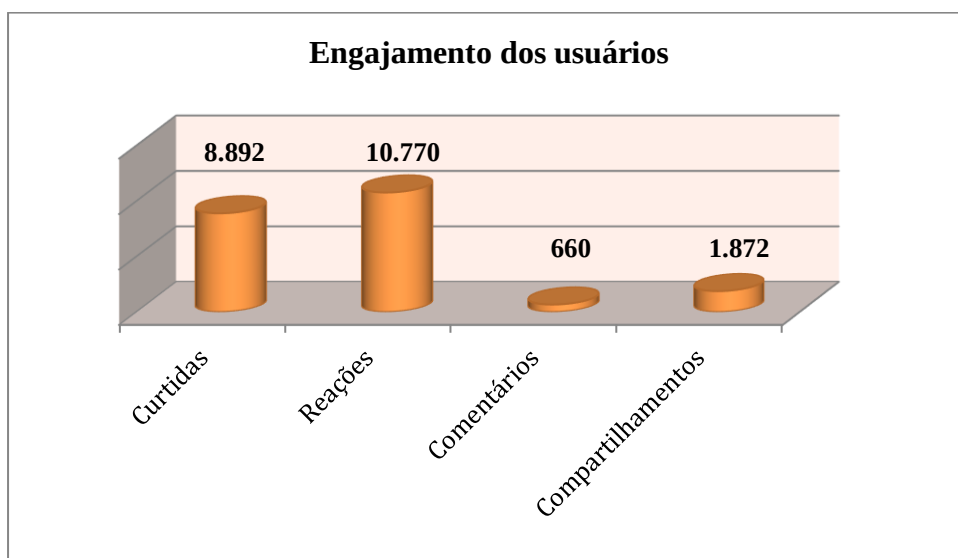
Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Considerando que um ano completo possui trezentos e sessenta e cinco dias e que a coleta compreendeu o período de um ano e oito meses, percebe-se que a BSP realiza publicações com bastante frequência¹³, tendo em vista a quantidade de dias em que houve publicação em seu *Facebook*. Além disso, o número de postagens corresponde a mais da metade do total de dias em que houve publicação. Ou seja, em média, são feitas aproximadamente duas postagens por dia.

Retomando os resultados encontrados na revisão de literatura sobre a utilização de mídias sociais pelas bibliotecas públicas brasileiras, enfatiza-se que Cavalcanti e Silva (2013), que estudaram a atuação das bibliotecas públicas de São Paulo nas mídias sociais, reconhecem que a atuação ativa das bibliotecas nessas plataformas está diretamente relacionada à frequência de publicações que realizam em suas páginas. Devido ao fato de a BSP realizar em média três *posts* por dia à época do estudo, ela foi considerada mais ativa dentre as demais bibliotecas. Por isso, depreende-se que ela ainda mantém essa característica ao realizar em média duas postagens diárias nos dois últimos anos.

No gráfico a seguir, apresenta-se o engajamento dos usuários no que concerne à quantidade de curtidas, reações, comentários e compartilhamentos em relação às postagens.

Gráfico 3 – Engajamento dos usuários



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

¹³ A frequência é entendida como a quantidade de vezes em que determinado evento ocorre, neste caso relacionado à quantidade de vezes que a biblioteca fez postagens.

Percebe-se que o recurso de engajamento “Reação” foi o mais utilizado pelos seguidores em relação às postagens da biblioteca. No entanto, esse recurso abrange mais de um tipo de reação, distribuídas entre curtidas e expressões que são feitas por meio de *emojis* como “Amei”, “Haha”, “Uau”, “Triste” e “Raiva”. O recurso “Curtir” foi, então, o que representou o maior número de reações, tendo em vista que dentre a quantidade total de reações, esse recurso somou 8.892 curtidas.

Conforme exposto no tópico específico sobre o *Facebook*, clicar em “curtir” é um modo dos seguidores demonstrarem que gostaram da publicação. Então, levando-se em conta o total de postagens e a quantidade de curtidas, verifica-se que em média são efetuadas 7 curtidas por publicação, havendo reações positivas sobre os conteúdos. Em relação aos demais tipos de reação, percebe-se que há alguns comentários e compartilhamentos das postagens da biblioteca nos perfis pessoais dos seguidores, havendo minimamente algum engajamento em relação às publicações nos moldes estabelecidos por Cvijikj e Michahelles (2014). Porém, são quantidades baixas se considerarmos o número de seguidores na *fanpage* da biblioteca.

Por isso, conforme abordado por Haven (2007), não se pode determinar o nível de engajamento apenas por dados métricos e de frequência, pois é necessário que sejam avaliados outros aspectos sobre o nível de envolvimento entre as pessoas e determinada marca/instituição. Então, seria necessário analisar o que os seguidores comentam sobre os serviços da biblioteca, se eles a recomendam para outras pessoas ou qual o interesse que possuem sobre os conteúdos que ela publica.

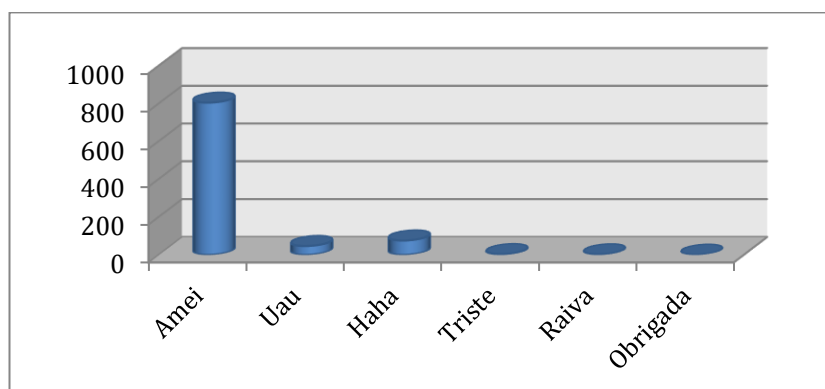
Como o recurso curtir e os demais *emojis* necessitam de apenas um clique do usuário para ser publicado, acredita-se que os seguidores utilizam mais ele do que o comentário devido à sua praticidade, pois a própria dinâmica da sociedade representada pela pressa e falta de tempo tende a dar preferência por ações mais ágeis. Esses recursos rápidos, então, são maneiras do público reagir e receber bem ou mal as publicações da biblioteca. As atitudes dos usuários devem ser tomadas em conta pela instituição na elaboração de novos conteúdos, corroborando com o que aponta a literatura sobre o lugar protagonista do receptor para a elaboração de conteúdos.

Conforme exposto em Souza (1995), os receptores são sujeitos ativos no processo comunicacional. Portanto, essas formas de reações devem ser avaliadas pelas bibliotecas, entendendo as demandas do usuário e buscando perceber inclusive as necessidades que ainda são latentes, pois acredita-se que não basta apenas publicar conteúdos na mídia social. Para haver uma interação efetiva entre biblioteca e usuários, é preciso que ambos estejam presentes

continuamente na rede, na busca da criação colaborativa de conteúdos pretendida no conceito de Biblioteca 2.0, segundo o entendimento de Maness (2006) e Brito e Silva (2010). Nos resultados a serem apresentados mais adiante, poderemos avaliar com mais evidências como tem ocorrido esse processo comunicacional entre a biblioteca e o público.

A seguir, apresenta-se a quantidade de engajamento obtido em relação aos demais recursos de reação disponíveis no *Facebook*.

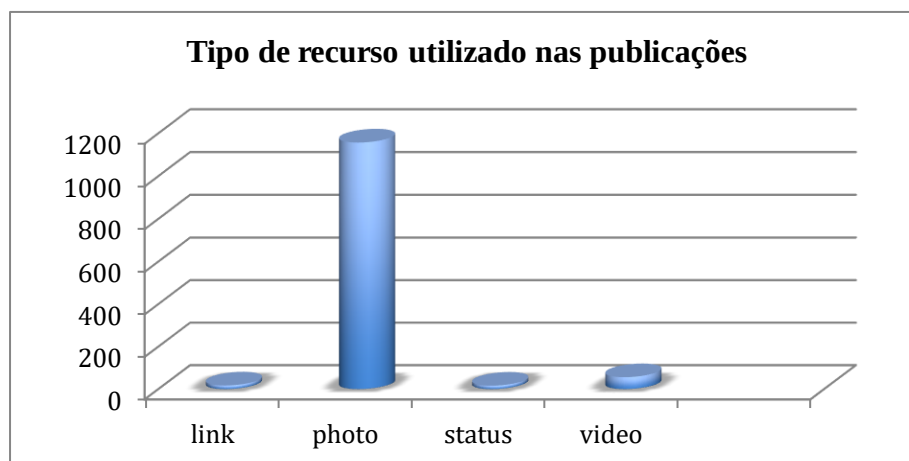
Gráfico 4 - Engajamento dos usuários: outras reações



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Esse resultado demonstra que os seguidores recebem positivamente os conteúdos publicados pela biblioteca, uma vez que as expressões “raiva” e “triste”, que se caracterizam por certo desagrado, foram utilizadas apenas duas e três vezes, respectivamente. Enquanto isso, o recurso “Amei” foi utilizado mais de oitocentas vezes, evidenciando mais recepções positivas do que negativas. Agora serão exibidos os tipos de recursos (vídeos, *links*, fotos e *status*) utilizados pela biblioteca nas publicações, seguido da atividade dos usuários em relação a esses tipos de postagens para verificar o que possivelmente atrai mais o público.

Gráfico 5 – Tipo de recurso utilizado nas publicações

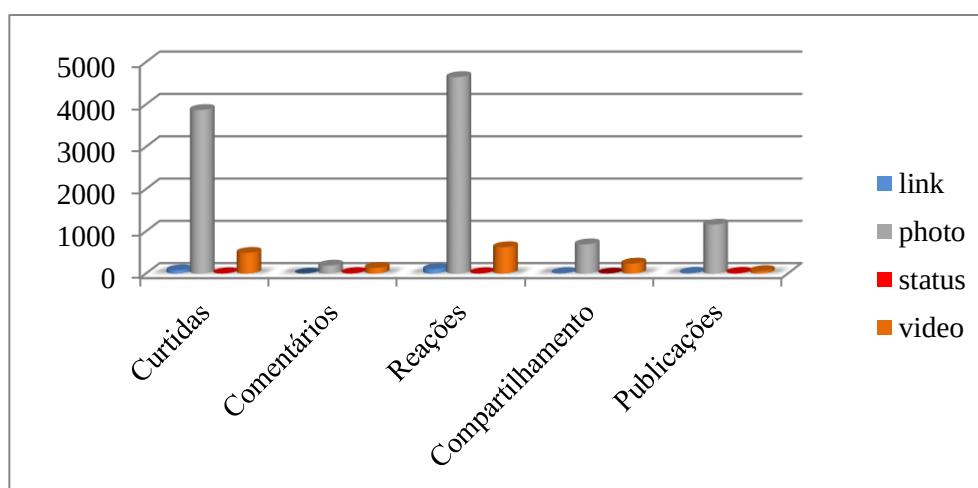


Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Percebe-se que o recurso do tipo foto é o mais utilizado pela biblioteca em suas publicações, sendo que essa quantidade representa mais de 1.200 publicações. Sabendo que o total de publicações recuperadas é de 1.247, depreende-se que quase todas as publicações da biblioteca são feitas por meio de fotos.

Agora, vejamos as atividades dos usuários em relação a cada tipo de recurso

Gráfico 6 – Atividade dos usuários de acordo com o tipo de recurso



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Observa-se que o recurso foto é também o que mais representa o engajamento dos seguidores nas curtidas e reações. O vídeo é o segundo recurso mais utilizado pela biblioteca e o segundo tipo de publicação que mais gera o engajamento dos usuários. Devido à predominância do recurso foto nas publicações, torna-se uma consequência natural que os seguidores tenham mais engajamento nesse tipo de postagem do que nos demais.

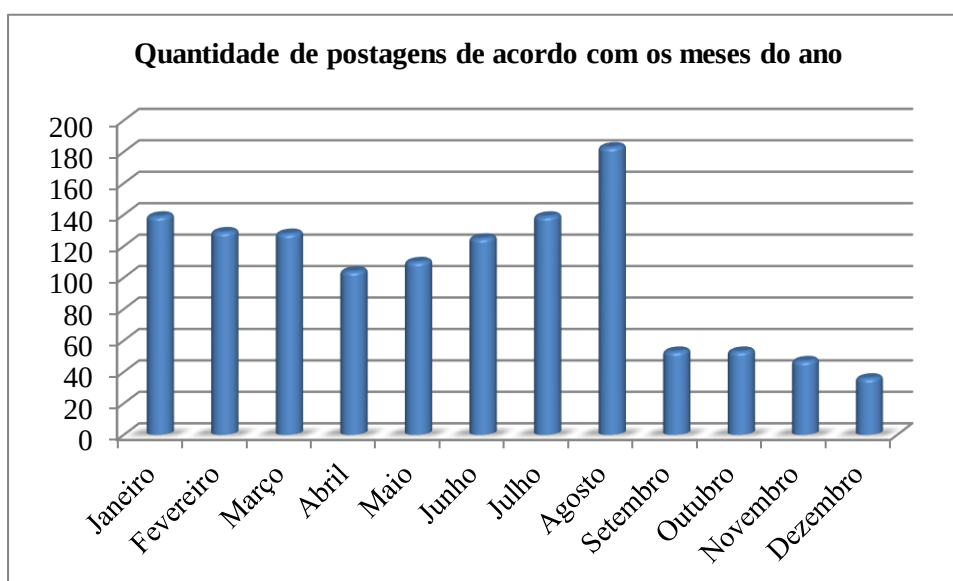
Caso fossem utilizados outros recursos em quantidades maiores, poderíamos obter uma melhor representação do tipo de postagem que mais “agrada” os seguidores da *fanpage*. Por outro lado, considera-se que utilizar imagens como as fotos é uma maneira de corresponder a demanda de conteúdos mais diretos e objetivos. Como dito anteriormente, a sociedade contemporânea convive com excesso de informações em diferentes suportes e, por isso, busca solucionar suas demandas, interagir e consumir os conteúdos que lhe sejam mais úteis. As imagens, fotos e figuras são tipos de conteúdos mais curtos, que muitas vezes precisam de pouco ou quase nenhum recurso textual para expor uma mensagem, além de possuírem o apelo visual para suas formas de representação, como o desenho, as ilustrações etc.

Retomando os resultados dos Gráficos 3 e 4, ressalta-se o que foi exposto no referencial teórico desta pesquisa, especialmente no Capítulo 3, no que se refere à importância das bibliotecas públicas conhecerem as características da comunidade em que está inserida para oferecer serviços e produtos que atendam às suas demandas, conforme apontam, por exemplo, Calil Junior e Achilles (2014) e Suaiden (2015). Além disso, como exposto por Ferraz (2014), elas devem estar atentas também às necessidades que ainda não são conhecidas para despertar novos interesses.

Por isso, ressalta-se que a avaliação das reações de seguidores em relação aos conteúdos compartilhados no *Facebook*, revelam as maneiras que o usuário têm de expressar seus gostos e desejos e, portanto, são consideradas como premissas para a elaboração de novos projetos e atividades.

Nos próximos dois gráficos, serão expostas a quantidade de postagens da biblioteca e as atividades dos usuários de acordo com os meses do ano.

Gráfico 7 – Quantidade de postagens de acordo com os meses do ano



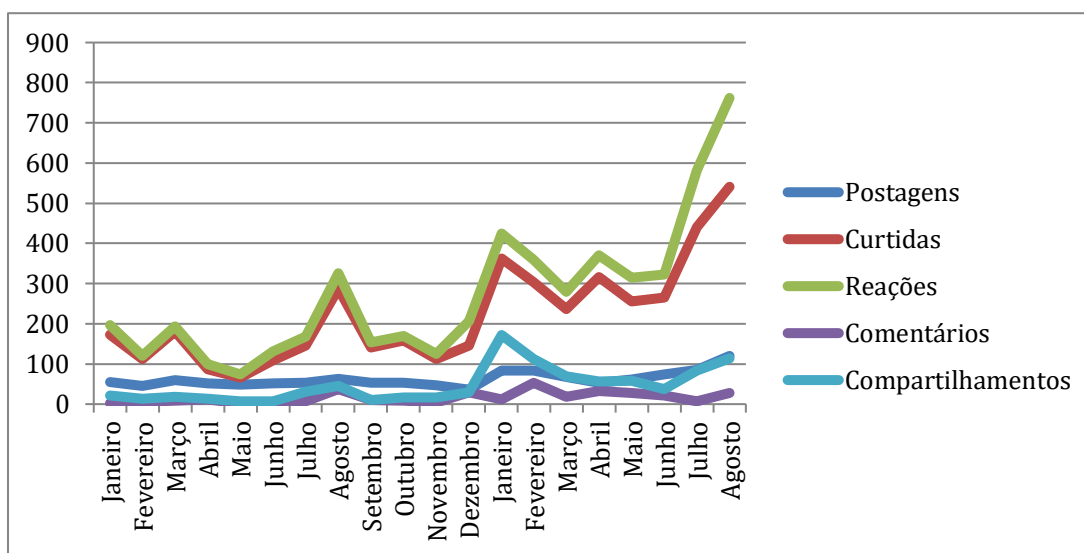
Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

A partir deste gráfico, percebe-se que a biblioteca posta mais conteúdos nos meses de agosto, janeiro e julho. No entanto, como a coleta de dados limitou-se às postagens realizadas até o dia 31 de agosto de 2018, acredita-se que isso afeta a inferência mais precisa em relação aos meses em que são feitas mais e menos postagens. Por outro lado, foi possível constatar uma certa constância na distribuição de postagens entre os meses, revelando pouca variação, pois, se observarmos atentamente os dados do gráfico, constatamos que a média mensal de

postagens de janeiro a agosto é de cem, enquanto que de setembro a dezembro é de cinquenta. Acredita-se que, ao final do ano de 2018, esse número poderá dobrar.

Agora, vejamos as atividades dos usuários em relação aos meses do ano no gráfico a seguir.

Gráfico 8 – Atividades dos usuários de acordo com os meses do ano



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Ao fazer uma análise temporal entre a época do ano em que ocorrem mais publicações e as atividades dos usuários nos meses, verifica-se que houve mais postagens e engajamento dos usuários nos meses de agosto de 2017 e 2018 e de janeiro de 2018, sendo que todas as reações se mostram mais presentes no primeiro semestre de 2018.

Sabe-se que em janeiro há férias escolares e muitas pessoas encontram-se em recesso do trabalho. Já agosto marca o retorno das férias escolares de julho. Conforme discutido no referencial teórico em Cunha (2010), a ação cultural também deve promover o lazer e atividades no período de férias. No capítulo de revisão de literatura, destaca-se o artigo de Bogel (2010), que descreve um programa de leitura que uma biblioteca realizou para alunos no período de férias. Portanto, acredita-se que a quantidade de postagens realizadas no mês de férias tem alguma relação com a divulgação das atividades culturais promovidas na biblioteca nesse período.

É interessante notar, ainda, que as interações do público foram maiores no ano de 2018 em relação aos meses do ano de 2017. Isso pode estar relacionado à quantidade de seguidores a mais que a biblioteca ganhou em sua *fanpage* e também ao interesse do público nos conteúdos postados nesse período.

A partir dos dados sobre a atividade da biblioteca e dos seguidores no *Facebook*, percebe-se que, dentre os componentes estabelecidos por Haven (2007) para entender o engajamento, o envolvimento do público com a biblioteca está acontecendo nas interações do *Facebook*, pois houve visita dos usuários em sua *fanpage* e ainda reações. O fato da biblioteca se mostrar ativa no *Facebook*, isto é, realizar postagens continuamente, demonstra que ela está atenta ao potencial que essa mídia social oferece para as atividades que desempenha, conforme revelado nos artigos encontrados na revisão de literatura nacional e estrangeira.

No tópico seguinte, onde serão analisados os conteúdos das postagens, poderão ser observados quais assuntos são publicados pelas bibliotecas e quais têm atraído mais engajamento dos usuários, fornecendo maiores evidências para essa observação.

6.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS POSTAGENS DO FACEBOOK DA BIBLIOTECA DE SÃO PAULO: RESULTADOS E INTERPRETAÇÕES

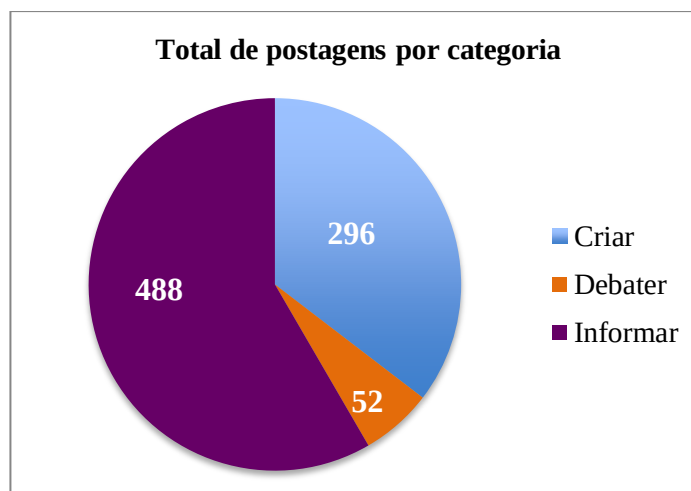
Neste tópico, é apresentada a categorização feita de todas as publicações extraídas no *Facebook* da BSP na etapa de coleta dos dados seguida da análise de conteúdo realizada com a distribuição das unidades de registro extraídas das postagens, indicando se elas se inseriam em alguma das categorias.

Ressalta-se que as categorias foram estabelecidas a partir do conceito de ação cultural exposto no embasamento teórico da pesquisa, que está balizado em três eixos de ação, segundo Milanesi (2002), Barros (2010) e Coelho (1989). Portanto, foram elencadas as categorias **Informar**, **Discutir** e **Criar** como inerentes ao processo de ação cultural. Foram especificados, ainda, componentes na segunda coluna da tabela, que estão, respectivamente, relacionados às categorias como uma forma de indicar quais atividades estão relacionadas a cada eixo. A inclusão de componentes está prevista na técnica de Bardin (1977) e é utilizada para identificar melhor as categorias que por vezes são muito abrangentes. Nesse sentido, os componentes explicam os temas abordados nas categorias em uma espécie de subcategorias.

Para tanto, no momento da categorização das postagens, buscaram-se elementos que representassem as categorias conforme descrito no quadro descritivo das categorias de análise da metodologia. Isto é, verificou-se se as postagens abordavam palestras, oficinas, cursos, livros, debates etc. Dessa maneira, a identificação dos elementos tornou-se mais objetiva no que concerne ao que representa cada categoria.

No Gráfico 9, apresenta-se a quantidade de postagens que se encaixaram em cada uma das categorias.

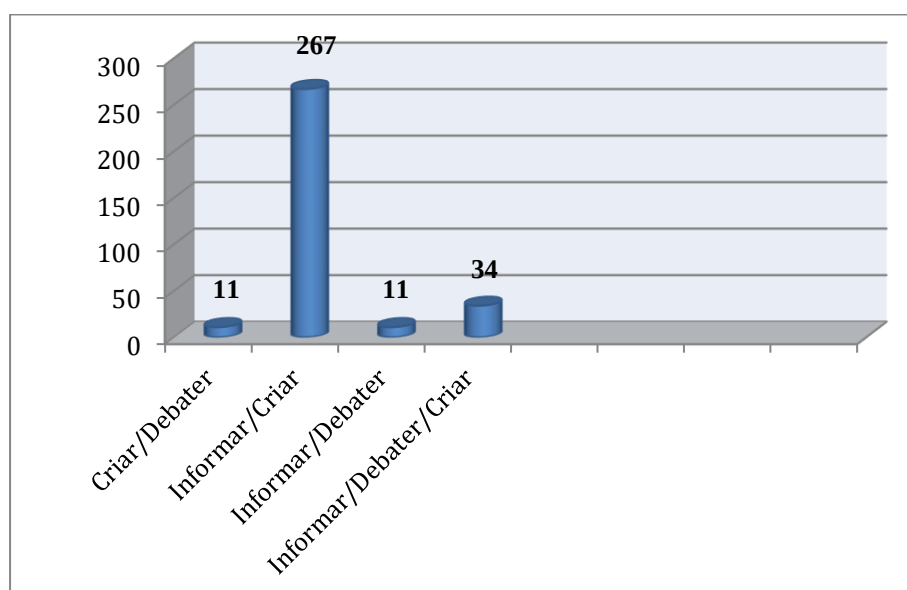
Gráfico 9 – Quantidade de postagens por categoria



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Com esse gráfico, observa-se que a categoria que contemplou o maior número de postagens foi a que representa o eixo Informar. No entanto, tendo em vista que a quantidade total de itens coletados por meio do *Netvizz* foi de 1.247 postagens, verificou-se que havia postagens que se encaixavam em mais de uma categoria ou até mesmo em todas elas. É o que será demonstrado no gráfico a seguir.

Gráfico 10 – Quantidade de postagens que se encaixaram em mais de uma categoria



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

No Gráfico 10, visualiza-se novamente que as categorias “Informar e Criar” aparecem mais, com o quantitativo de duzentas e sessenta e sete postagens caracterizadas

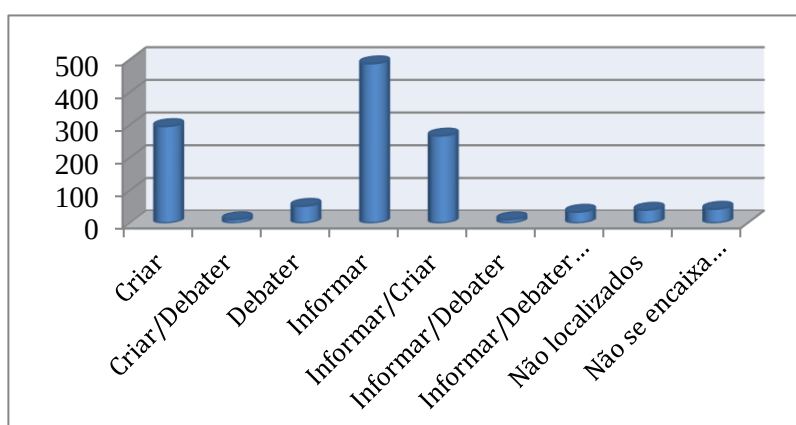
nesses dois eixos. Já aquelas que representavam o eixo “Debater” tiveram menor frequência, tanto em representação isolada, conforme o Gráfico 9, quanto combinada com outra categoria, conforme o Gráfico 10.

Vejamos agora o panorama com todas as postagens e categorias, inclusive as que se repetem em mais de uma e as que não se encaixaram em nenhuma categoria, tendo em vista que as postagens que sugeriam informes gerais, como horário de funcionamento da biblioteca, postagens relacionadas a memes e as que não foram localizadas foram desconsideradas para a análise. Entende-se que analisar memes demanda um estudo mais aprofundado em aporte teórico específico e diverso da temática desta dissertação.

Os informes gerais não foram considerados, pois de acordo com os autores, a categoria informar implica em dar acesso à informação em variados suportes, levar conhecimento sobre determinada temática de interesse da comunidade ou disponibilizar informações que façam parte do projeto de ação cultural pretendido pela biblioteca. Desse modo, acredita-se que os informes gerais não representam o contexto específico da ação cultural.

As postagens que não foram localizadas não foram incluídas na análise, pois, por meio do *Netvizz*, elas não possuíam recurso textual e os *links* tabulados foram copiados e colados diretamente no *Facebook* com o intuito de ver o conteúdo da publicação, mas as páginas não foram localizadas. Acredita-se que pode ter ocorrido algum problema na plataforma ou que estas publicações foram excluídas pela biblioteca.

Gráfico 11 – Total de postagens em todas as categorias



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Mais uma vez percebe-se que os eixos Informar e Criar são os mais representados nas publicações da biblioteca. Já o eixo Debater representa menos de 100 publicações,

somando as postagens categorizadas isoladamente e as que ele aparece junto com outra categoria.

Para efeitos práticos desta análise, concentraremos a tabela temática com exemplos de postagens que se encaixaram em apenas uma das categorias. Posteriormente, serão incluídos na análise alguns exemplos de postagens que se encaixaram em mais de uma categoria para inferências e interpretação.

Tabela 9 – Tabela temática para categorizar os elementos das postagens da biblioteca

CATEGORIAS	COMPONENTES	UNIDADES DE REGISTRO / EXEMPLOS	FREQUÊNCIA
Informar	Filmes, palestras, livros, notícias, artigos, painéis, teatro, contos, shows, exposições	1. Livro novo na BSP. Interessou? Para emprestá-lo, faça sua carteirinha conosco; 2. Às quintas-feiras sempre rola um som aqui na BSP! Só chegar e ir direto pro auditório, às 12h30. 3. Hoje o Lê no Ninho está no parque! Às 11h30, na tenda da BSP no Parque da Juventude, tem histórias e brincadeiras para os pequenos. Venham! 4. Leitura ao Pé do Ouvido é uma das atividades do dia de hoje por aqui. Confira!	39,13%
Debater/Discutir	Fóruns, debates, blogs, mesas redondas, seminários, desafios, avaliações, postagens relacionadas à reflexão etc.	1. Hoje, dia 30 de novembro, a gente discute este livro maravilhoso! Às 15h, no Clube de Leitura. 2. O Clube de Leitura, que será realizado no final de agosto, na sua BSP, é tema de matéria sobre a sua BSP em A Gazeta da Zona Norte. 3. Segundas Intenções com Lourenço Mutarelli na BSP (28-07-2018) (video)	4,17%
Criar	Oficinas, ateliês, concursos, laboratórios, jogos, competições, atividades lúdicas, atividades culturais, cursos práticos	1. Venha ficar craque no xadrez! A Oficina começa às 11h. 2. Inclua a atividade na sua programação. Venha para a sua BSP! Jogos sensoriais. 3. Quem gosta de gastronomia e adora literatura tem prato cheio, hoje, por aqui. A Oficina Viagem Gastronômica começa às 15h30, mas corra porque as vagas são preenchidas por ordem de chegada.	23,73%
Total incluindo toda a categorização			100%

Fonte: Elaborada pela autora, conforme a tabela temática de Bardin (1977, p. 74).

Conforme apresentado, a categoria informar compreende em sua maioria postagens sobre livros, leituras, apresentações artísticas, exibição de filmes e datas comemorativas. A categoria Debater é representada por encontros do Clube de Leitura e o projeto Segundas Intenções, onde os leitores discutem suas percepções junto ao autor do livro. Já a categoria Criar é exemplificada com diversas atividades práticas que incluem oficinas, aprendizado sobre jogos e desenvolvimento de habilidades sensitivas.

O eixo debater/discutir representa uma porcentagem bem baixa em relação à quantidade total de postagens, com apenas 4,17%, demonstrando que as ações culturais da biblioteca se concentram mais nos eixos Informar e Criar. Isso pode estar relacionado a algumas facilidades em efetivar mais um tipo de ação em relação às outras. Por exemplo, o eixo Informar possui algumas características de serviços já próprios de bibliotecas, como empréstimo de livros, incentivo à leitura e acesso aos demais registros do conhecimento em suportes variados. Desse modo, torna-se mais comum que a biblioteca concentre suas ações nesse tipo serviço. O eixo Criar já traz elementos mais dinâmicos e que nem sempre foram típicos de serem praticados em bibliotecas, como oficinas gastronômicas, brincadeiras e jogos. Como essa categoria representa 23,73% dos conteúdos publicados, demonstra-se que a biblioteca está inovando por inserir essas atividades em sua rotina de trabalho.

Já o eixo Debater também se caracteriza por ações que nem sempre fazem parte dos projetos de uma biblioteca tradicional, pois demandam a promoção do pensamento crítico, reflexão sobre assuntos ou envolvimento em projetos de interesse da comunidade que necessitam de debates entre os membros do grupo. De fato, essas ações precisam ser mais exploradas pelas bibliotecas públicas devido à sua função social, entretanto, elas parecem não estar no cerne das atividades da Biblioteca de São Paulo devido à baixa representação desse eixo. Cabe destacar que explorar essas ações faz parte de um processo evolutivo da própria mudança de paradigmas que a instituição biblioteca vem adquirindo ao longo do tempo, por isso, acredita-se que oferecer o clube do livro e sessões de debates com autor(es) são boas iniciativas, mas outras atividades devem ser agregadas para estimular ainda mais os atos de reflexão e debate com a comunidade.

A seguir, serão exibidas algumas postagens em relação a cada categoria.

a) Categoria Informar:

Figura 6 – Postagem de leitura de um livro sobre os povos indígenas



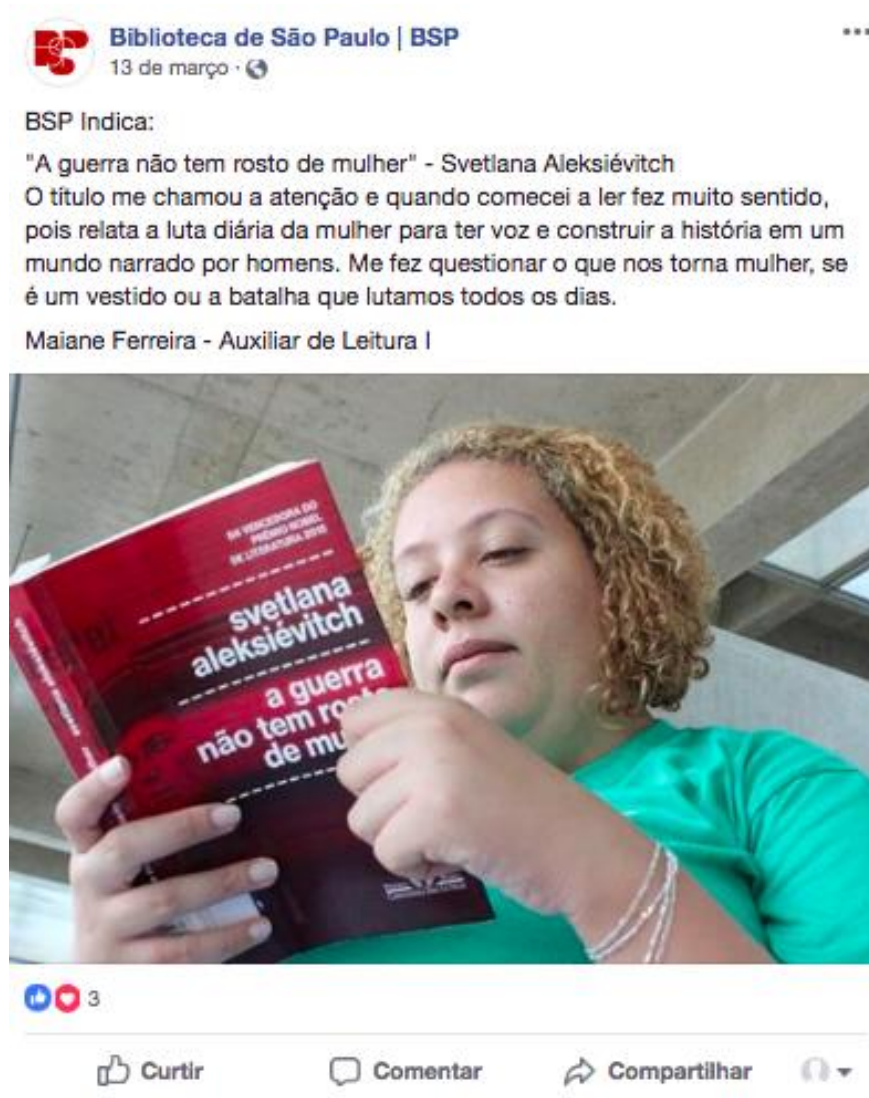
Fonte: BSP (2018a).

Nessa publicação, a biblioteca comemora o Dia Internacional dos Povos Indígenas, que representam uma das frentes de minorias pela luta de direitos em nossa sociedade. Abordar temáticas como essa são fundamentais para que as bibliotecas públicas efetivem sua missão social no que concerne a promover informações de interesses sociais, como promoção da cidadania e do respeito às diferenças. Santos (2006) argumenta que cada cultura é reflexo de determinados contextos históricos, e Rasteli e Caldas (2017) enfatizam que a biblioteca pública, por ser instituição cultural, deve favorecer a tolerância ao multiculturalismo.

A biblioteca incentiva a comemoração da data, mas também indica que há livros sobre o tema em seu acervo. Possuir registros informacionais sobre um assunto é uma das prerrogativas propostas por Milanesi (2002) para promover projetos de ação cultural, o que demonstra que a biblioteca procura corresponder a esse pré-requisito, pois, além de divulgar a informação sobre uma data comemorativa, estimula o público a buscar mais informações sobre o assunto por meio da leitura.

Na Figura 7, apresenta-se mais um exemplo da categoria Informar.

Figura 7 – Publicação sobre indicação de leitura



Fonte: BSP (2018a).

Nesta postagem, a BSP demonstra atenção à data que comemora o Dia Internacional da Mulher, que ocorre no mês de março, trazendo importância para a temática ao indicar uma leitura sobre a luta dos direitos das mulheres. Interessante ressaltar que a indicação foi feita por uma das funcionárias da biblioteca que é auxiliar de leitura. Isso mostra que a biblioteca também procura envolver os funcionários em suas atividades, onde o texto da legenda foi descrito pela própria funcionária, que, além de fazer a indicação da leitura do livro, expõe seu pensamento de modo reflexivo sobre os estereótipos da mulher e a igualdade de gênero.

Vejamos mais alguns exemplos nas Imagens 8, 9 e 10.

Figura 8 – Postagem sobre o Dia do orgulho LGBT



Fonte: BSP (2018a).

Nessa postagem, ilustrada com a bandeira LGBT, mais uma vez a biblioteca aborda uma importante temática sobre as minorias, instigando o respeito à orientação sexual das pessoas. No entanto, ela não faz nenhuma indicação de leitura ou a realização de uma atividade sobre o assunto nessa postagem para promover a integração com esse grupo social. Ainda assim, destaca-se que promover informações sobre o assunto impulsiona a reflexão sobre o tema para desenvolver o respeito entre as pessoas e o pensamento democrático dos indivíduos no que se refere à liberdade de expressão e escolha, proporcionando, assim, a manutenção de uma sociedade democrática, que é uma das missões da biblioteca pública, conforme definido pela IFLA (2013).

Figura 9 – Postagem sobre a exibição de filme



Fonte: BSP (2018a).

Nessa publicação, a biblioteca estimula o hábito de assistir filmes. Para isso, ela informa que faz parcerias com outras instituições para exibir alguns filmes gratuitamente na biblioteca.

Proporcionar o contato com esse tipo de produto cultural é umas das vertentes apontadas por Coelho (1989) para promover ações culturais. Porém, conforme enfatizado pelo autor, não basta apenas disponibilizar o produto para que a ação cultural se efetive, pois é necessário que a partir do contato com a informação os indivíduos possam debater sobre o que foi apreendido, compartilhando ideias e obtendo novos conhecimentos. Nesse caso, após a exibição do filme, a biblioteca poderia convidar os espectadores a discuti-lo, trazendo informações sobre seus produtores, sobre o enredo, sobre a atuação dos atores ou indicando livros que inspiraram a adaptação de certas histórias para o cinema.

Figura 10 – Postagem sobre narração de história



Fonte: BSP (2018a).

Nessa publicação, a biblioteca promove uma narração de história em libras, centrando atenção para a inclusão de pessoas surdas no processo de ter acesso às informações. Sabe-se que a libras é concebida como uma língua, contudo, muitas pessoas ainda não a (re)conhecem como tal. Essa atividade demonstra a preocupação da biblioteca em proporcionar um aproveitamento real da pessoa surda ao entendimento da história contada. Esse interesse é inclusive estabelecido como meta no Plano Nacional da Cultura (Minc), propondo que as bibliotecas atendam os requisitos de acessibilidade para promover a fruição cultural por parte de pessoas com deficiência. Como a atividade é traduzida para o português, promove também o contato entre ouvintes e surdos, facilitando a integração e o entendimento por todos sobre o que está sendo informado.

A partir de agora, exemplificaremos algumas postagens relacionadas à categoria Debater.

b) Categoria Debater:

Figura 11 – Publicação de reportagem sobre clube de leitura

Biblioteca de São Paulo | BSP
3 de agosto · 🌐

O Clube de Leitura, que será realizado no final de agosto, na sua BSP, é tema de matéria sobre a sua BSP em A Gazeta da Zona Norte.
<http://www.gazetazn.com.br/index1.asp...>

Clube da Leitura no mês de agosto na Biblioteca de São Paulo

Domingo (5) de agosto, das 11h30 às 12h15, acontece a sessão 'Lê no ninho' com a equipe da BSP; das 12h15 às 16 horas, haverá contação de histórias para toda a família com a Cia Mapinguari, não é necessário fazer inscrições, o evento é gratuito. Em caso de chuva o evento será realizado na biblioteca. Na quinta-feira (23) de agosto, das 15 às 17 horas ocorrerá o clube da leitura, com um debate literário sobre o livro: *Mar de papoulas*, de Amitav Ghosh, não é necessário inscrição.

A Virada Sustentável promove oficinas e contações de histórias sobre sustentabilidade no sábado (25) e domingo (26) de agosto, fique atento aos detalhes no site da biblioteca. Já o Clube de Leitura traz como tema central em agosto, na quinta-feira (23), o livro "Mar de papoulas", de Amitav Ghosh, das 15 às 17 horas, promovido pela equipe BSP?

O Lianu, com música e literatura, tem espaço guardado para as quintas-feiras, das 12h30 às 13h30. Por sua vez, o Surau está marcado para o domingo (19), das 14h30 às 16h30.

Inscrições abertas no site para o curso de Libras Módulo Básico, as aulas serão realizadas no período entre 15 de agosto e 26 de setembro, nas quartas-feiras, das 14 às 17h30. Quem busca atividades relacionadas ao empreendedorismo também tem opção de aprender sobre Docos Fines para Festas nos dias 11 de setembro e 12 de setembro com inscrições abertas a partir de 21 de agosto site www.bsp.org.br/inscricao. Para saber mais informações acesse o site: <http://bsp.org.br/>. A Biblioteca de São Paulo fica localizada na Avenida Cruzeiro do Sul, 2.630, Santana.

Clube de Leitura sobre o livro 'Mar de papoulas'

10
2 compartilhamentos

Fonte: BSP (2018a).

Nessa postagem, a biblioteca apresenta uma reportagem sobre o clube de leitura, mostrando que a atividade é divulgada em outros veículos de comunicação. Conforme os exemplos estabelecidos por Barros (2010), o clube de leitura é uma importante atividade para efetivar o eixo Debater, pois promove a discussão sobre determinado livro. Como exposto no Quadro de atividades permanentes realizados pela biblioteca, essa ação envolve a leitura de um livro por diversas pessoas que, ao final do mês, se reúnem para conversar sobre ele. Caso os livros indicados para a leitura dos membros do clube façam parte do acervo da biblioteca, essa atividade ainda pode se enquadrar no eixo informar, retomando a condição que Milanesi (2002) indica para efetivar a ação cultural, quando a biblioteca tem em seu acervo informações relacionadas com a atividade que desenvolve. Ressalta-se, portanto, que a

biblioteca deve ter em seu acervo não somente o livro em si para empréstimo, mas também obras relacionadas ao autor ou sobre a temática abordada no livro principal. Assim, caso os participantes queiram aprofundar seus conhecimentos sobre o assunto encontrarão na biblioteca os materiais necessários.

Conforme visto na descrição sobre a concepção de Bibliotecas Vivas no tópico 3.1.1, o clube de leitura é uma atividade oferecida também pelas Bibliotecas Parque de Medellín e nas bibliotecas públicas do Chile. Além disso, na revisão de literatura verificou-se no artigo de Silva e Miguel (2012) que essa ação já era desenvolvida pela Biblioteca de São Paulo e que constatou ser efetiva na fidelização dos sócios da biblioteca. O fato de a biblioteca ainda manter a oferta dessa atividade corrobora com esse resultado, demonstrando então que o público se interessa na participação do clube de leitura.

Na próxima figura, temos mais uma postagem sobre o clube de leitura.

Figura 12– Publicação sobre o clube de leitura



Fonte: BSP (2018a).

A obra indicada para o clube de leitura é considerada um dos grandes clássicos da literatura que, além de retratar a história do povo latino-americano, caracteriza-se por instigar

o imaginário dos leitores, enfatizando ainda mais o eixo Debater no que se refere à reflexão e à imaginação.

Por fim, as próximas imagens são exemplos da categoria criar.

c) Categoria Criar:

Figura 13 – Postagem sobre oficina de xadrez

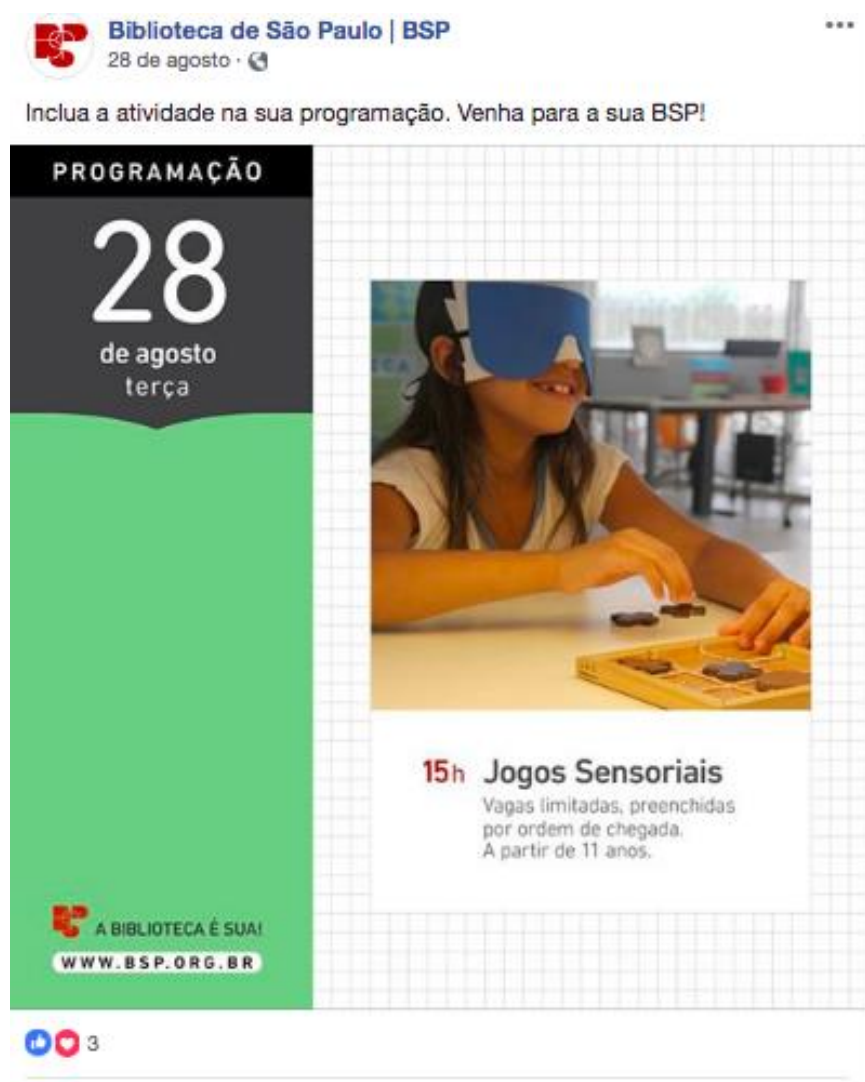


Fonte: BSP (2018a).

Nessa publicação, a biblioteca convida o público a participar da oficina de xadrez que acontece todo sábado na biblioteca. O xadrez por ser um jogo que estimula o raciocínio lógico é uma importante maneira de desenvolver atividades cerebrais, a memória, e, inclusive, a tomada de decisões estratégicas.

Deste modo, essa atividade relaciona-se à categoria Criar, pois conforme apontado em Milanesi (2002) e Barros (2010), esse eixo deve proporcionar que os participantes adquiram novas habilidades ou aperfeiçoem outras já existentes. Da mesma maneira, vemos o estímulo a novas habilidades na atividade exposta na próxima figura.

Figura 14 – Postagem sobre jogos sensoriais



Fonte: BSP (2018a).

Os jogos sensoriais caracterizam-se também por ser uma atividade que exercita habilidades de memória, sentidos de tato, visão e habilidade motora. Como é voltado para pessoas portadoras de deficiência, mas não exclusivamente, um indivíduo com baixa visão, por exemplo, pode desenvolver habilidades táteis para identificar objetos, mostrando novamente a atenção da biblioteca para uma das metas estabelecidas pelo Plano Nacional da Cultura do Ministério da Cultura na oferta de serviços para inclusão social.

Considera-se que essa atividade é efetiva no eixo Criar, justamente por proporcionar a prática de novas maneiras de identificar objetos, mudando o estado atual de aptidão do participante sobre determinada habilidade. Para isso, a biblioteca estimula o público a incluir a atividade em sua rotina. Conforme descrito na própria imagem, a atividade é ofertada para o público a partir de 11 anos, ou seja, abrange desde crianças até idosos.

Nas próximas duas postagens são apresentadas duas oficinas oferecidas pela biblioteca.

Figura 15 – Postagem sobre Oficina Viagem Gastronômica



Fonte: BSP (2018a).

Esta postagem sobre a oficina de gastronomia disponibiliza o espaço para que os participantes construam receitas buscando referências em autores da literatura para compor a atividade. Essa atitude faz uma integração em duas áreas distintas que talvez fossem impensáveis de serem realizadas juntas, mas a biblioteca demonstra o contrário, associando a história da personagem de um livro à elaboração de receitas.

A oficina é também um elemento para estimular o desejo pela gastronomia, por cozinhar e criar receitas. Assim, ela pode fazer com que as pessoas se interessarem pelo assunto, que será útil em seu dia a dia ou até mesmo servirá para ingressar em uma nova

carreira. Quando afirmamos que a biblioteca é uma instituição com função social, esse aprendizado irá proporcionar a melhoria das condições de vida, pois, conforme estabeleceu Cunha (2010), é uma maneira de as instituições culturais intervirem na sociedade com projetos de ação cultural.

Figura 16 – Postagem sobre curso e oficina de empreendedorismo



Fonte: BSP (2018a).

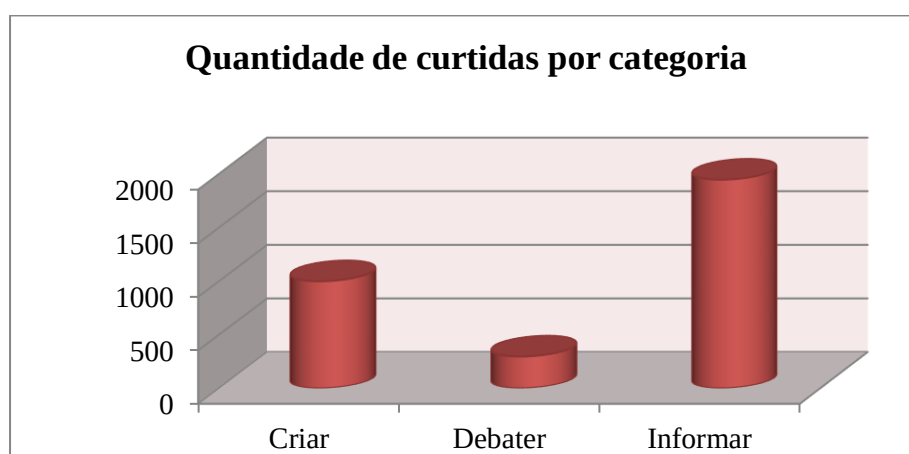
Nesta publicação, são oferecidos um curso e uma oficina sobre empreendedorismo. Destaca-se com ela uma importante ação da biblioteca no que concerne à sua missão social. O público é estimulado a participar da oficina como forma de abrir um novo negócio e obter renda extra. Conforme exposto no referencial teórico e na revisão de literatura, a biblioteca

deve conhecer as necessidades da comunidade que está inserida para oferecer serviços que satisfaçam essas demandas. Diante do quadro de desemprego no Brasil e dos baixos salários de muitas classes de trabalhadores, promover essas oficinas que ensinam a abrir um novo negócio e a aprender uma nova atividade laboral para renda é uma maneira de ajudar no desenvolvimento econômico da comunidade e na melhoria de vida, corroborando com o que foi exposto especialmente na revisão de literatura estrangeira, que demonstra várias atividades sobre finanças e informações sobre saúde pública e empreendedorismo ofertadas pelas bibliotecas.

Essa atuação da Biblioteca de São Paulo também corrobora com o que estabelece o Manifesto da IFLA (2013) e Unesco (1994) sobre oferecer as condições para que os indivíduos tenham aprendizagem continuada para desenvolvimento dos grupos sociais. Assim como confirma o que é dito por Robertson (2005), que indica que trabalhar em atividades sobre negócios e emprego aumenta as opções que os indivíduos têm para melhorar a qualidade de vida. Dessa forma, conclui-se que, após essa oficina, o participante tem a chance de aperfeiçoar habilidades ou desenvolver uma maneira de obter renda extra, fabricando, por exemplo, doces artesanais como indicado na imagem da publicação.

Com o intuito de conhecer o engajamento dos usuários em relação a cada categoria, apresenta-se o gráfico a seguir com a quantidade de curtidas efetuadas pelos seguidores em cada categoria.

Gráfico 12 – Atividade dos seguidores: Quantidade de curtidas por categoria



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Observa-se que, assim como a categoria Informar representou o maior número de postagens, ela também compreendeu mais curtidas em relação aos outros dois eixos.

Agora, vejamos como ocorreu o engajamento dos seguidores em relação às categorias, apresentando os demais recursos de reação do *Facebook*.

Tabela 10 - Atividades dos usuários – Total de engajamentos nas postagens por categorias

Categorias	Curtidas	Comentários	Reações	Compartilhamentos	Qtd. de postagens
Criar	999	81	1149	126	296
Debater	296	64	384	118	52
Informar	1946	112	2365	480	488

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Percebe-se que a categoria Informar representou maior quantidade de engajamento em todos os recursos quando comparado às demais categorias. No entanto, considera-se que o quantitativo de curtidas, comentários, reações e compartilhamentos em relação às postagens é relativamente baixo, tendo em vista que se considerarmos, por exemplo, o total de curtidas em relação a categoria Informar, vemos que representa em média quatro curtidas por publicação. Isso se reflete também nas demais categorias. O número de comentários nas categorias Criar e Informar é inclusive inferior ao total de postagens nessas categorias. Já a categoria Debater representou mais engajamento em todos os tipos de reações quando comparados ao total de postagem nessa categoria.

Esse dado pode demonstrar maior ou menor interesse do público em determinados assuntos, representando uma importante informação a ser avaliada pela biblioteca no que concerne à elaboração de conteúdos que serão postados no *Facebook* e também no planejamento de atividades e serviços oferecidos à comunidade.

Retomando às maneiras que Cvijikj e Michaelles (2014) concebem para que ocorra engajamento entre cliente e empresa no *Facebook*, pode-se afirmar que há algum engajamento entre o público da biblioteca em relação aos conteúdos postados, pois podemos visualizar quantitativamente os comentários, curtidas e compartilhamentos.

No entanto, retomando o conceito de engajamento de Haven (2007) e Vivek (2009), percebe-se que a intensidade desse engajamento é baixa, pois, levando-se em conta que a biblioteca possui mais de vinte mil seguidores no *Facebook*, as quantidades de curtidas e comentários são pequenas, tendo em vista que representam a interação dentro do período de um ano e oito meses. A média de curtidas e reações por postagem é baixa e a de comentários e compartilhamentos é bastante inferior em relação à quantidade total de postagens.

Como essas ações dos usuários são maneiras de medir o grau de envolvimento, intimidade, influência e interação do público com a biblioteca, acredita-se que os laços que são estabelecidos na plataforma do *Facebook* ainda não estão representando um potencial alto de conexão entre os seguidores e a biblioteca. Na análise reflexiva, voltaremos a esta discussão, refletindo sobre os motivos para tal ocorrência de acordo com as demais evidências dessa análise.

Pelo fato de o usuário ser considerado o protagonista para as atividades desenvolvidas nas bibliotecas, demonstraremos algumas publicações que receberam mais interações dos seguidores para inferir o tipo de conteúdo que mais tem interesse.

Figura 17 – Postagem mais curtida e que obteve mais reações

OFICINA ESPALHAFATOS DE TEXTO: DA IDEIA AO PONTO FINAL

QUINTA E SEXTA-FEIRA, dias 10 e 11 de agosto
DAS 14H30 ÀS 17H30

COM JOÃO VARELLA

Quer ser repórter? Então não perca a chance de vivenciar o jornalismo na prática e ainda aprender como se expressar da melhor forma possível. A oficina vai abordar:

- Ofício do jornalismo e técnicas de escrita
- Como fazer uma entrevista (com participação de um convidado surpresa)
- Redação de um perfil

O texto final da oficina será publicado no jornal *Espalhafatos*, que circula por todas as bibliotecas do Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas (SisEB).

Indicado para jovens de 12 a 16 anos.

João Varella é jornalista formado e pós-graduado pela PUC-PR, e fundador da editora Late 42. Atuou por mais de dez anos em diversos veículos, entre eles *Late 42*, *Diário*, *O Economista*, *América*, *Gazeta do Povo* e portal *R7*. Venceu diversos prêmios, como o "Jovem Talento da Indústria do Livro" em 2015, *CNI de Jornalismo* em 2014, *Sebrae de Jornalismo* em 2013, entre outros. É autor de três livros, 42 haicais e 7 ilustrações (*Lote 42*), *A agenda* (*Novo Conceito*) e *Cunilhocas: diálogos urbanos* (*Coração Brasil*).

Inscrições até 7 de agosto ou até o preenchimento das vagas.
Carga horária: 6 horas.
Mandar e-mail para agenda@bsp.org.br ou dirija-se ao balcão de atendimento da biblioteca de terça a sexta-feira, das 10 às 18 horas.

WWW.BSP.ORG.BR

Biblioteca de São Paulo | BSP
Página curtida · 3 de agosto de 2017 ·

Quer ser repórter? Participe de uma oficina de jornalismo na BSP!
A inscrições vão até 7 de agosto --->
<http://ow.ly/7DjK30e9qqV>

148 reações · 6 comentários · 17 compartilhamentos

Curtir · Comentar · Compartilhar

Mais relevantes

Ricardo Olimpio Flavia Silva Luiz
Fernando Prado Uchoa
Curtir · Responder · 1 a
6 Respostas

Ian Pietro Adriana
Curtir · Responder · 1 a
3 Respostas

Raphaella Da Costa Crispim Nadine
Guerrero Pontes
Curtir · Responder · 1 a
2 Respostas

Ver mais 3 comentários

Escreva um comentário...

Fonte: BSP (2018a).

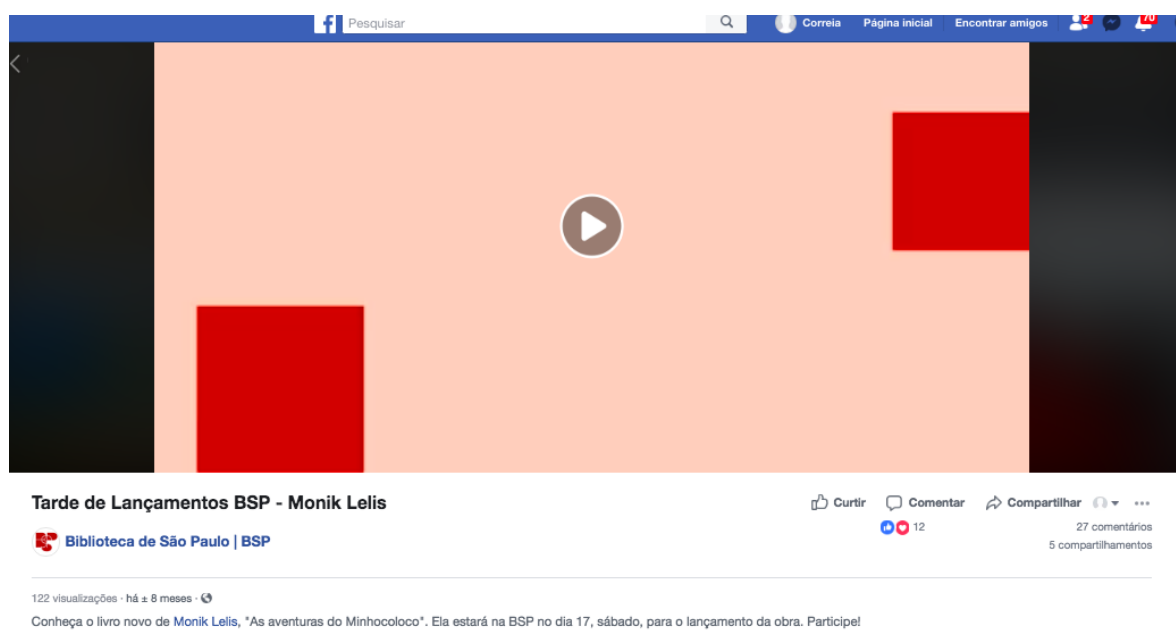
A postagem da Figura 17 refere-se a uma oficina que ensina técnicas de jornalismo como redação, escrita e entrevista, destinada a jovens entre 12 e 16 anos. Percebe-se que a publicação obteve 141 curtidas e 148 reações no geral e foi a que demonstrou o maior número de engajamento dentre as demais postagens realizadas pela biblioteca. Mais uma vez essa atividade demonstra a atenção que a biblioteca tem em oferecer atividades que visem ao

aprendizado e ao desenvolvimento de habilidades, situando-se no eixo criar dentre as categorias da ação cultural.

Além disso, essa postagem é um bom exemplo sobre a questão da relevância proposta por Solis (2010) no que se refere ao engajamento de um usuário com uma empresa/marca, pois verifica-se que é feita uma explicação sobre a oficina, apontando quais técnicas de jornalismo serão abordadas, informando quem será o palestrante e indicando, ainda, os benefícios que o curso proporcionará aos participantes. Os seguidores com isso tem mais informações na postagem para avaliar a necessidade de participar da oficina e se interessar pelo conteúdo. Por isso, acredita-se que ela corresponde ao aspecto da relevância de engajamento, pois compreendeu à maior participação/reação dos seguidores.

Veremos agora a postagem que recebeu a maior quantidade de comentários na Figura 18.

Figura 18 – Postagem mais comentada



Fonte: BSP (2018a).

A publicação refere-se ao lançamento de um livro na biblioteca que contará com a presença do autor. A biblioteca convida o público a participar, apresentando um vídeo sobre o livro. Apesar de se tratar apenas de uma publicação de divulgação, essa postagem pode ser inserida na categoria “informar” da ação cultural, pois acredita-se que o objetivo de promover o contato entre o escritor e o público é estimular a leitura do livro.

Na Figura 18 a seguir, apresenta-se a postagem que foi mais compartilhada. Nessa postagem, a biblioteca comemora o Dia do Leitor, indicando cinco motivos que justifiquem a leitura de livros. Dentre eles, destacam-se os que enfatizam o potencial que a leitura tem de promover o crescimento e a descoberta de novos mundos, pois, a partir do acesso a uma informação nova, acredita-se que há mudança no estágio atual de conhecimento se o leitor assimilar e refletir sobre o conteúdo.

Figura 19 – Postagem mais compartilhada



Fonte: BSP (2018a).

Percebe-se que a biblioteca aposta no potencial transformador da leitura como uma das maneiras para efetivar projetos de ação cultural, pois a indicação de livros, os clubes de leitura e os encontros com autor foram temas frequentes nas postagens realizadas.

As postagens apresentadas anteriormente são alguns exemplos que se destacaram quanto à interação dos seguidores e quanto ao conteúdo publicado no sentido de

representarem elementos para evidenciar as categorias da ação cultural e, por isso, foram selecionadas para esta exposição. No entanto, no momento da categorização dos dados, constatou-se que a maioria dos conteúdos das publicações da biblioteca estavam relacionados à divulgação de sua programação, conforme demonstrado nas figuras 20 e 21.

Figura 20 – Postagem do dia 14 de dezembro de 2017



Fonte: BSP (2018a).

Nessa postagem, a biblioteca divulga a programação que vai ocorrer no dia seguinte, elencando cinco atividades que serão realizadas dentro do espaço da biblioteca. Esse é um dos exemplos de publicações que se encaixaram em mais de uma categoria, pois nela são elencadas atividades do eixo informar e criar. A postagem recebeu apenas duas curtidas, demonstrando pouco engajamento do público.

Figura 21 – Postagem do dia 17 de abril de 2018



Fonte: BSP (2018a).

Essa publicação também tem o objetivo de divulgar a programação da biblioteca e recebeu apenas uma curtida. Essas postagens que contêm uma lista de atividades sobre a programação representam mais da metade das postagens efetuadas no *Facebook* da Biblioteca de São Paulo. As legendas se limitam a informar o dia ou a expressão “Programação da BSP”, sem buscar uma interação mais dinâmica com o público.

6.3 ANÁLISE REFLEXIVA ACERCA DOS RESULTADOS ENCONTRADOS

A partir da análise do conteúdo das postagens da biblioteca, infere-se que ela atua nos três eixos da ação cultural propostos por Milanese (2003) e Barros (2010). Isso é feito por meio de uma série de atividades dinâmicas que a biblioteca oferece e que se caracterizam por irem além do empréstimo de livros e de espaços de leitura dentro da biblioteca. São feitas, por exemplo, por meio de oficinas criativas, palestras, clubes de leitura, atividades recreativas, como jogos, entre outros. Além disso, verificou-se por meio das postagens que as atividades da biblioteca também proporcionam a expressão da criatividade dos participantes, que é o que diferencia a ação cultural da animação, pois vai além do consumo de um produto pronto, conforme abordado por Almeida (1987) e Santos (2015).

Retomando o que propõe Coelho (1989), acredita-se que as atividades da biblioteca efetivam a ação cultural, pois proporcionam diversos meios para que os indivíduos criem novas condições de vida com a liberdade de criatividade a partir da aquisição de

conhecimentos e do desenvolvimento de novas habilidades por meio das atividades práticas que ela oferece. Já no que o autor pondera sobre provocar as consciências e o aspecto reflexivo dos indivíduos sobre o consumo de um produto cultural ou sobre sua própria realidade de vida, percebe-se a carência da promoção desse aspecto por parte da biblioteca devido às poucas postagens que se referiram ao eixo debater, conforme apresentado na tabela temática da análise de conteúdo.

Um outro ponto que é preciso ser destacado refere-se ao aspecto contínuo da ação cultural, conforme estabelecido por Coelho (1989), Barros (2010) e Milanesi (2003). Isto é, a ação deve contemplar os três eixos e não apenas um de modo isolado. Isso pode ser constatado em algumas atividades, como, por exemplo, na oficina de empreendedorismo, que, além de oferecer um curso para ensinar sobre o tema, compreendeu como isso poderia ser feito na prática, e na atividade de encontro com o autor, que, antes da sessão de debates, vinha acompanhada de atividades como Hora do conto ou Leitura ao Pé do Ouvido, que trazem informações sobre o livro do autor. No entanto, percebe-se que algumas atividades não tinham continuidade nos demais eixos.

Contudo, constata-se que a biblioteca é efetiva em projetos de ação cultural, porém, essa atuação restringe-se ao ambiente físico da biblioteca e não se amplia para o espaço interacional proporcionado pelo *Facebook*.

Por outro lado, a biblioteca busca uma aproximação com o público promovendo atividades para todas as idades que englobam diversas modalidades, desde a narração de histórias até oficinas de jogos e cursos sobre interesses gerais da comunidade, corroborando com o que se considera a essência da biblioteca pública como uma instituição social, conforme abordado em Flusser (1989), Robertson (2010), Milanesi (2003) e Barros (2010).

De acordo com os dados, identificou-se que 151 postagens não obtiveram nenhuma curtida e 990 não receberam nenhum comentário, o que leva a constatar que os comentários se concentraram em somente 248 postagens dentro do total de publicações realizadas pela biblioteca. Esse resultado enfatiza a falta de participação ativa do público na criação colaborativa dos conteúdos efetuados pela biblioteca. Para que ela seja de fato considerada Biblioteca 2.0, nos parâmetros estabelecidos em Casey (2005) e Brito e Silva (2010), deveria haver mais participação do público, neste caso, nos comentários, curtidas e compartilhamentos no *Facebook*.

A partir da leitura de todas as postagens coletadas para a análise, a pesquisadora percebeu que em quase sua totalidade as postagens efetuadas pela biblioteca no *Facebook* são divulgações sobre a sua programação diária, relacionadas sobremaneira às atividades

permanentes que oferece, conforme ilustrado nas figuras 19 e 20. Isso nos leva a considerar que a biblioteca promove ações culturais em seu espaço físico, convidando o público a participar a partir da divulgação no *Facebook*. No entanto, não houve evidências de que a biblioteca promove ação cultural no próprio ambiente de interação existente no *Facebook*, uma vez que as postagens não buscam um diálogo participativo com os seguidores junto às publicações e não utilizam os demais recursos disponíveis na plataforma para a criação de conteúdos.

Conforme abordado nas pesquisas recuperadas sobre a utilização de mídias sociais pelas bibliotecas e no levantamento bibliográfico sobre ação cultural e mídias sociais, percebe-se que, de fato, as bibliotecas precisam reconhecer o potencial de divulgação que as mídias sociais proporcionam. Porém, de acordo com Almeida (1987), a ação cultural não precisa se restringir ao ambiente da biblioteca, pois pode partir dela e ser promovida também em outros locais. Então, constata-se que há ainda uma fragilidade na elaboração de estratégias de comunicação para promover essas ações na plataforma do *Facebook* ou até mesmo a falta de reconhecimento por parte da biblioteca da possibilidade de efetivar essa ação.

Conforme constatado no trabalho de Abdullah *et al.* (2015), as mídias sociais precisam ser usadas também para as atividades de inclusão e fornecimento de informações e serviços para a comunidade. Então, elas têm mais funcionalidades a serem exploradas pelas instituições do que somente a divulgação. No ano de 2018, por exemplo, houve o período de eleições, o que seria um momento oportuno para a biblioteca compartilhar informações sobre os candidatos e suas propostas de governo, para conscientizar os eleitores na escolha do voto. Essa seria uma maneira de fornecer informações importantes para a comunidade, divulgando no *Facebook* a síntese das propostas dos candidatos ou promovendo o debate sobre essas propostas por meio de comentários, vídeos ou enquetes. No entanto, não houve nenhuma postagem relacionada ao tema até o dia 31 de agosto de 2018, data final delimitada para a coleta dos dados.

Fazendo uma comparação com o levantamento da literatura estrangeira sobre o assunto, percebe-se que os trabalhos abordam a importância da biblioteca estender suas ações dentro da própria comunidade, mas percebe-se que a Biblioteca de São Paulo não realiza projetos de extensão fora do seu ambiente físico, como, por exemplo, em projetos sociais da comunidade, pois não foi evidenciado nenhum conteúdo relacionado a isso nas postagens do *Facebook*.

Para que a interação do público junto ao *Facebook* da biblioteca se tornasse mais intensa, a biblioteca poderia promover enquetes com o uso da ferramenta disponível no

Facebook, concursos culturais, como, por exemplo, estimular os seguidores a escreverem uma frase para ganhar prêmios caso sua resposta seja considerada a melhor, poderia também realizar sorteios em tempo real por meio de *lives* ou vídeos de histórias.

A atuação da biblioteca é feita de modo repetitivo, pois há repostagens dos mesmos conteúdos já feitos anteriormente, o que pode se tornar cansativo e exaustivo no olhar dos seguidores. As postagens também possuem um certo padrão, sendo compostas por uma relação das atividades que irão ocorrer em determinado dia. Ou seja, é como se a linha do tempo do *Facebook* se configurasse como um mural de notícias onde são colocados avisos diários sobre o que acontece no espaço físico da instituição.

Esse resultado aproxima-se daqueles encontrados por Calil e Almendra (2016), quando estudaram as postagens do *Facebook* da BSP e também constataram que a biblioteca utilizava essa mídias sociais essencialmente para a divulgação das atividades, eventos, produtos e serviços da biblioteca, de maneira estática, não estimulando a participação do público nas publicações.

Os resultados também refletem o que constatou Souza (2013), que, ao estudar a atuação da Biblioteca de São Paulo no *Facebook*, percebeu que ela utilizava essa mídia social de maneira limitada no que concerne à busca de interação, criação de conteúdos colaborativos e promoção de conhecimentos diretamente na plataforma.

Percebe-se então que não houve grandes mudanças no que se refere ao modo de utilização do *Facebook* pela biblioteca. No entanto, o conteúdo, que está majoritariamente relacionado às atividades culturais da biblioteca, representa bons projetos de ação cultural que devem ser reconhecidos, pois se mostram como importantes ações para o atendimento social da comunidade em que está inserida e podem, ainda, tornarem-se exemplos a serem incorporados em outras bibliotecas públicas.

Além dessa questão, ressalta-se que a falta de participação do público junto às publicações da BSP afeta a efetivação do conceito de Biblioteca 2.0. Conforme apontado por autores como Brito e Silva (2010) e Maness (2006), as bibliotecas devem oferecer os instrumentos necessários para constituir uma relação mais próxima com os usuários e permitir que eles colaborem na produção de conteúdos. Então, ainda há ausência desse tipo de colaboração entre os seguidores da BSP no *Facebook*, porque não foi evidenciado uma interação ativa entre as duas partes, mas sim a transmissão maior de conteúdos por parte da biblioteca.

Percebeu-se que nos recursos textuais, como as legendas e os textos das figuras utilizadas nas postagens, a biblioteca tem a iniciativa de chamar atenção do público e a

participação nas atividades utilizando frases motivadoras e convites direcionados aos seguidores, como, por exemplo: “Participe!”, “Conheça a BSP”, “Você sabia?” etc.

No entanto, devido ao pouco engajamento dos seguidores diretamente nas postagens, considera-se que não são estratégias suficientes, pois ainda não há essa aproximação expressiva do público com a biblioteca na mídia social *Facebook*. Levando-se em conta a quantidade de seguidores da BSP no *Facebook*, o engajamento do público ainda é considerado baixo, de acordo com os dados contidos na Tabela 10, que apresenta o total de engajamento nas postagens por categoria.

Além disso, retomando a discussão teórica sobre o engajamento de Solis (2010) sobre o aspecto de relevância, constata-se que ao invés de somente divulgar serviços e atividades no *Facebook*, a biblioteca deveria abordar, por exemplo, quais os benefícios que os participantes terão ao participar de determinada atividade, demonstrando se elas ajudam na resolução de um problema da comunidade, na aquisição de conhecimento ou no desenvolvimento de uma nova habilidade, por exemplo. Dessa maneira, o público tem a oportunidade de avaliar melhor a importância de integrar a atividade da biblioteca em sua rotina e, assim, o conteúdo se tornará mais relevante.

Percebe-se, também, que a posição de fala da biblioteca nas postagens é mais direcionada ao público que já frequenta o seu espaço físico, pois ela não procura explicar no que consiste suas atividades. A promoção de ação cultural no espaço de sociabilidade da plataforma *Facebook* deveria ser utilizada para interagir também com o público potencial.

Por outro lado, não podemos deixar de destacar que as iniciativas da Biblioteca de São Paulo nos projetos de ações culturais são primordiais para a efetivação da missão social das bibliotecas públicas. As atividades que ela disponibiliza englobam diversos públicos, inclusive pessoas portadoras de necessidades especiais, tendo foco na expressão da criatividade e na descoberta de novas habilidades dos participantes. Oferecer serviços de informação e possibilitar a aquisição de novos conhecimentos são importantes para promover melhor qualidade de vida para pessoas em situação de vulnerabilidade social que não possuem recursos para ter contato com esses conteúdos de modo acessível. Essas práticas são, portanto, essenciais para a efetivação da ação cultural.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da exposição teórica e da revisão de literatura realizada nesta pesquisa, observou-se que as mídias sociais propiciam novas formas de relações sociais, a partir da interação que ocorre nesses ambientes, e são ferramentas aliadas no que se refere à divulgação de serviços, criação de ambientes para aprendizagem e aproximação do público com determinada instituição.

O problema de pesquisa proposto para ser respondido nesta pesquisa foi: De que maneira a Biblioteca de São Paulo promove ações culturais junto à comunidade a partir das postagens realizadas no *Facebook*? Após as discussões efetuadas no desenvolvimento do trabalho, foi possível chegar à seguinte resposta: a promoção de ação cultural pela Biblioteca de São Paulo ocorre a partir da simples divulgação no *Facebook* das atividades que acontecem em seu ambiente físico. Portanto, a ação cultural não ocorre no espaço de sociabilidade do *Facebook*, mas sim na tentativa de estimular o público a participar das atividades culturais que acontecem dentro da biblioteca, pois não se vislumbrou uma atuação articulada por parte da biblioteca na publicação de conteúdos que construíssem o propósito da ação cultural de modo adaptado às funcionalidades disponíveis na plataforma do *Facebook*.

Isso nos leva, portanto, a compreender que, apesar do potencial evidenciado das TICs nas rotinas de trabalho de pessoas e organizações e de as bibliotecas reconhecerem a necessidade de utilizar e agregar essas ferramentas nos seus processos de trabalho, o *Facebook* é utilizado pela BSP como um meio da divulgação que antes era feita em murais físicos, painéis e boletins, mudando apenas o suporte, sem estudar e utilizar a real potencialidade dessa ferramenta.

Retomando agora as hipóteses propostas nesta pesquisa, temos os seguintes resultados:

1) A Biblioteca de São Paulo destaca-se no Brasil por oferecer serviços dinâmicos e culturais que vão além dos tradicionais e isso tem se expandido ao ambiente do *Facebook*.

Essa hipótese foi parcialmente comprovada, pois percebeu-se que, de fato, a biblioteca configura-se nos moldes de instituição cultural especificados no referencial teórico da pesquisa, nos quais destaca-se pelos tipos de serviços e atividades culturais que oferece, conforme foi exposto nas postagens e na descrição das atividades permanentes que ela realiza. Além disso, há a indicação que ela recebeu para concorrer a um prêmio internacional na categoria de biblioteca do ano, colocando-a em posição de destaque como referência em biblioteca pública. No entanto, quanto à expansão dessas ações para o ambiente do *Facebook*,

constatou-se que isso ocorre de maneira incipiente e estática, tendo em vista que a biblioteca utiliza essa mídia social mais como uma ferramenta de divulgação do que uma maneira de desenvolver ações culturais diretamente na plataforma do *Facebook*.

2) É possível promover ações culturais no *Facebook* com o desenvolvimento de estratégias de comunicação pelas bibliotecas.

Essa hipótese foi comprovada a partir da discussão encontrada na revisão de literatura nacional sobre bibliotecas públicas e mídias sociais e no levantamento nas bases nacionais e internacionais sobre ação cultural e mídias sociais, que indicam que as mídias sociais podem ser utilizadas para compartilhar informações e conhecimentos e não somente para realizar postagens com o intuito de divulgação. A discussão teórica sobre a ação cultural a partir das trocas simbólicas e produção de sentidos nas mídias sociais, também nos levam a constatar que é possível desenvolver essas ações diretamente no *Facebook*, a partir da conversação, motivação e interesse entre emissores e receptores.

Porém, a promoção de ação cultural não foi evidenciada no próprio ambiente de conversação do *Facebook* da Biblioteca de São Paulo. Apesar de percebermos a pouca promoção de ação cultural por meio da utilização das funcionalidades disponíveis no espaço de interação do *Facebook* da biblioteca, acredita-se que os recursos que essa mídia social possui podem ser utilizados em maior potencial, pois há maneiras de serem desenvolvidas ações específicas de acordo os recursos de vídeo, enquetes, *lives* ao vivo e, ainda, os recursos de engajamento, como comentários, compartilhamentos e curtidas. Por outro lado, a prática criativa que compreende ação cultural pode até ser mais difícil de ser efetivada diretamente no *Facebook*, mas o aspecto reflexivo e a proposição de debates podem ser estimulados por meio dos próprios conteúdos compartilhados. Porém, essas ações dependem de planejamento por parte da biblioteca em criar estratégias de comunicação efetivas ao objetivo proposto da ação cultural e, sobretudo, em atrair a participação colaborativa do público na consecução dessas atividades.

Por fim, vejamos a última hipótese delineada.

3) A participação dos usuários junto ao *Facebook* da Biblioteca é feito de modo incipiente.

Essa hipótese foi comprovada, pois conforme exposto no tópico de análise das atividades dos usuários em relação às atividades da biblioteca, constatou-se que o engajamento do público é baixo e com pouca intensidade. Percebeu-se, ainda, que nas poucas publicações em que a biblioteca compartilhou conteúdos com perguntas voltadas aos seguidores, houve pouco retorno de resposta.

Percebe-se que a própria dinâmica da sociedade, que tem se transformado rapidamente, faz com que as mídias sociais sejam utilizadas de diferentes maneiras entre as pessoas, de modo que, inclusive, elas migrem muito rapidamente de uma para outra. As potencialidades que as mídias sociais proporcionam parecem ainda não serem reconhecidas por algumas pessoas e instituições, o que faz com que elas sejam utilizadas de modo incipiente.

Como proposta de discussão futura, acredita-se que as pesquisas científicas devem explorar mais elementos relacionados a essas ferramentas para revelar as reais possibilidades que elas oferecem. Nos projetos de ação cultural, a biblioteca precisa descobrir em qual das mídias sociais seria mais efetivo promover essas ações e investir na elaboração de projetos mais específicos para essas plataformas.

Deve, ainda, ser realizado um estudo de usuário junto aos sócios da biblioteca para compreender as percepções que eles têm sobre a atuação da biblioteca nas mídias sociais, evidenciando os motivos pelos quais eles seguem a biblioteca nas mídias sociais, quais são as suas demandas por serviços, quais conteúdos eles gostariam de obter ao interagir com a biblioteca, entre outros. Assim poderão ser evidenciados mais aspectos relacionados ao nível de engajamento entre os usuários e a biblioteca e de que maneira a biblioteca deve utilizá-los para desenvolver conteúdos relacionados à ação cultural.

Quanto aos objetivos estipulados para a consecução da pesquisa, pode-se afirmar que todos foram alcançados, conforme demonstrado no decorrer do desenvolvimento do trabalho.

Esta pesquisa, apesar de se tratar de um estudo de caso, proporcionou importantes reflexões para a pesquisadora, que, como profissional bibliotecária, percebeu os diferentes projetos sociais que as bibliotecas têm que oferecer à comunidade em que atua, ampliando a visão de seu campo de atuação. Contudo, percebeu que a utilização de mídias sociais para ampliar o desempenho de trabalho das bibliotecas vai muito além da criação de contas e publicação de conteúdos, pois é necessário que os profissionais dessa área também busquem aprendizado para planejar estrategicamente o uso dessas plataformas na consecução de suas missões na condição de agentes culturais.

REFERÊNCIAS

- ABDULLAH, N.; et al. Exploring libraries' efforts in inclusion and outreach activities using social media. **Libri**, v. 65, n. 1, 31 mar, p. 34-47, 2015.
- AKAKANDELWA, A. Libraries at the Crossroads: challenges of serving library users in a social media environment – ethical considerations. In: **Leadership and Personnel Management: concepts, methodologies, tools, and applications**, v. 4, p. 2009-2024, 2016.
- ALENZI, A. N.; YAIESH, S. M. The ubiquitous invasion of social media in lifelong learning in medical education: Review article. **Kuwait Medical Journal**, v. 50, n. 3, set., p. 271-277, 2018.
- ALMEIDA, M. C. B. de. A ação cultural do bibliotecário: grandeza de um papel e limitações da prática. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**. São Paulo, v. 20, p. 31-38, jan./dez. 1984. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/_repositorio/2011/08/pdf_bf26644cf9_0018444.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2018.
- ALMEIDA JUNIOR, Oswaldo Francisco de. **Biblioteca pública: avaliação de serviços** [livro eletrônico]. Londrina : Eduel, 2013.
- ALTERMANN, Dennis. **Qual a diferença entre redes sociais e mídias sociais?** 2010. Disponível em <<http://www.midiatismo.com.br/comunicacao-digital/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais>>. Acesso em 18 de jan. de 2018.
- ARAÚJO, Kathryn Cardim. **Ação cultural em bibliotecas**. 2013. Monografia (graduação) - Universidade de Brasília, Faculdade de Ciência da Informação, 2013. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/6126>>. Acesso em: 12 out. 2018.
- ARAÚJO, J. F.; FRANCELIN, M. M. Extensão bibliotecária no sistema municipal de bibliotecas de são paulo. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 12, n. 1, 2016. Disponível em: <<https://www.brapci.inf.br/v/a/20848>>. Acesso em: 03 out. 2018.
- ARAÚJO, Ronaldo Ferreira ; ARAÚJO, Janiele Oliveira. O uso de redes sociais como estratégia de marketing em unidades de informação: estudo de caso da Biblioteca Pública Estadual Graciliano Ramos. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 14, n. 2, mai. 2018. Disponível em: < <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/738> >. Acesso em: 10 out. 2018.
- BABA, Z.; ABRIZAH, A. Transformation strategies in community engagement: selected initiatives by Malaysian libraries. **IFLA Journal**, v. 44, n. 2, jun., p. 90-105, 2018.
- BALLESTRA, L.; CAVALERI, P. Enhancing financial information literacy in Italian public libraries: A preliminary study. **Communications in Computer and Information Science**, v. 676, p. 45-55, 2016.

BAPTISTA, Dulce, Maria. Entre a informação e o sonho: o espaço da biblioteca contemporânea. **Inf. & Soc.: Est.**, João Pessoa, v. 19, n. 1, p. 19-27, ja./abr. 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARKER, C. **The sage Dictionary of cultural studies**. Londres: SAGE Publications, 2004.

BARROS, M. H. T. C. Ação cultural em bibliotecas públicas e escolares. Junho, 2010. **Infohome**. Disponível em: < https://www.ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=533 >. Acesso em: 25 de fev. 2018.

BARTHES, Roland. Significado e Significante. In: _____. **Elementos de Semiologia**. Tradução Izidoro Blikstein. 16. ed. São Paulo: Cultrix, 2006, p. 39-59. Disponível em: <file:///Users/macbook/Downloads/addaaf73b5ebab782153e4814ec7826e.pdf>. Acesso em: 08 jan. 2018.

BAUMAN, Zygmunt. **Ensaio sobre o conceito de cultura**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

_____. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BAZÍLIO, A. P. M. **Mediação, Leitura e Inclusão social**: um caminho para ação cultural na Biblioteca Pública- o caso das Bibliotecas Parques. 2016. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. 2016. Disponível em: < <https://app.uff.br/riuff/handle/1/1532> >. Acesso em: 16 set. 2018.

BIBLIOTECA DE SÃO PAULO (BSP). **Página inicial do Facebook**. 2018a. Disponível em: < <https://www.facebook.com/BSPbiblioteca/> >. Acesso em: 12 nov. 2018.

_____. **Sobre**: a biblioteca é sua. 2018b. Disponível em: < <https://bsp.org.br/a-bsp/> >. Acesso em: 31 out. 2018.

_____. **Conheça os programas permanentes da BSP**. 2013. Disponível em: < <https://bsp.org.br/2013/08/05/conheca-os-programas-permanentes-da-bsp/> >. Acesso em: 28 out. 2018.

BIBLIOTECA PARQUE VILA-LOBOS (BVL). **Página inicial do Facebook**. 2018. Disponível em: < <https://www.facebook.com/BVLbiblioteca/> >. Acesso em: 12. nov. 2018.

BIBLIOTECA VIVA (Chile). **Nosotros**. 2018. Disponível em: < <https://bibliotecaviva.cl/nosotros/> >. Acesso em 27 out. 2018.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. 1. ed. trad. Carmen C, Varriale et al. Brasília : Editora Universidade de Brasília, 1998. v. 1.

BOGEL, Gayle. Public Library Summer Reading Programs Contribute to Reading Progress and Proficiency. **Evidence Based Library and Information Practice**, v. 7., n. 1., p. 102-104, 2012.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e das mensagens**: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

BORGES, Rosana Maria Ribeiro. Sobre pensamentos, ações e mediações midiáticas. In: _____. **Pensamentos Dispersos, Hegemonias Concentradoras**: discursos jornalísticos e movimentos de territorialização no Cerrado. 2013. 420f. Tese (Doutorado em Geografia) - Instituto de Estudos Socioambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013.

BOYD, Danah M. ; ELLISON, Nicole B. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, dez., p. 210-230, 2007. Disponível em: < <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>>. Acesso em: 30 mar. 2018.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Metas do Plano Nacional de Cultura**. 2011. Disponível em: < http://www.cultura.gov.br/documents/10883/11294/METAS_PNC_final.pdf/>. Acesso em: 08 set. 2018.

_____. Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas. **Sistemas Estaduais**. 2018a. Disponível em: < <http://snbp.cultura.gov.br/sebps/>>. Acesso em: 07 set. 2018.

_____. Rede Biblioteca Viva. 2018b. Disponível em: <www.cultura.gov.br>. Acesso em: 02 nov. 2018.

BRIGGS, Asa ; BURKE,, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. 3. ed., rev. e ampl. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.

BRITO, J. N. L.; SILVA, P. C. M. A biblioteca 2.0 e suas ferramentas de colaboração e interação: como aplicá-las no fazer bibliotecário?. **Biblionline**, v. 6, n. 1, 2010. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/v/a/9192>>. Acesso em: 05 Out. 2018.

CABRAL, Ana Maria Rezende. Ação cultural: possibilidades de atuação do bibliotecário. In: VIANNA, Márcia Milton; CAMPELLO, Bernadete; MOURA, Victor Hugo Vieira. **Biblioteca escolar**: espaço de ação pedagógica. Belo Horizonte: EB/UFMG, 1999. p. 39-45. Seminário promovido pela Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais e Associação dos Bibliotecários de Minas Gerais, 1998, Belo Horizonte.

CALIL JUNIOR, Alberto. Mídias sociais nas bibliotecas universitárias brasileiras. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v. 18, n. 2, p. 1053-1077, jul./dez., 2013. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/viewFile/899/pdf>>. Acesso em: 20 de fev. 2018.

CALIL JUNIOR, Alberto; ALMENDRA, Gabriela. As apropriações do *Facebook* pelas bibliotecas públicas estaduais brasileiras. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 22, n. 1, jan/abr., p.

188-213, 2016. Disponível em: <
<https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/54826> >. Acesso em: 10 ago. 2018.

CALIL JUNIOR, Alberto ; CORRÊA, Elisa Cristina Delfini ; SPUDEIT, Daniela. O uso das mídias sociais nas bibliotecas brasileiras: análise dos trabalhos apresentados no SNBU e CBBB. In: **XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação**, Florianópolis, SC, Brasil, 07 a 10 de julho de 2013. Disponível em: <
<https://portal.febab.org.br/anais/article/viewFile/1634/1635>>. Acesso em 20 fev. 2018.

CAMBRIDGE DICTIONARY. **Dicionário inglês-português**. Cambridge: Cambridge University Press, 2018. Disponível em:
 <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/outreach> >. Acesso em: 16 set. 2018.

CAMPOS, C. J. G. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Rev. Bras. Enferm**, Brasília, 2004 set/out; v. 57, N. 5, p. 611-4.

CARDOSO, J. B. F. ; SANTOS, R. E. DOS S.; VARGAS, H. Inovações na linguagem e na cultura midiática. 1. ed. In: CARDOSO, J. B. F. ; SANTOS, R. E. DOS S.; VARGAS, H. **Mutações da cultura midiática**. São Paulo: Paulinas, 2009.

CARPENTER, J. P.; MORRISON, S. A. Enhancing teacher education...with Twitter? **Phi Delta Kappan**, v. 100, n. 1, set. 2018, p. 25-28.

CASEY, M. **Library 2.0, Beta**. LibraryCrunch, 2005a. Disponível em:
 <http://www.librarycrunch.com/2005/10/library_20_beta.html>. Acesso em: 07 set. 2018.

_____. **Working towards a definition of Library 2.0**: looking first at Web 2.0. LibraryCrunch. 2005b. Disponível em: <<http://www.librarycrunch.com/2005/10/>>. Acesso em: 07 set. 2018.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer. 7.ed., rev. e ampl., v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

_____. Articular mentes, criar significado, contestar o poder. In: CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e de esperança**: movimentos sociais na era da internet. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CAVALCANTI, Caroline Pazini.; SILVA, José Fernando Modesto da. O uso do Facebook por bibliotecas públicas localizadas na cidade de São Paulo. In: XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documento e Ciência da Informação. 2013, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, 2013. Disponível em: <
<https://www.portal.febab.org.br/anais/article/viewFile/1285/1286> >. Acesso em: 16 mar. 2018.

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC.BR). **TIC Cultura:** Pesquisa sobre o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação nos equipamentos culturais brasileiros - TIC Cultura 2016. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_CULT_2016_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 06 de mar. 2018.

CHAUÍ, Marilena. Cultura e democracia. In: Crítica y emancipación: **Revista latinoamericana de Ciencias Sociales**, v. 1, n. 1, jun. Buenos Aires: CLASCO, 2008, p. 53-76.

COELHO, Teixeira. **O que é ação cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

_____. **A cultura e seu contrário:** cultura, arte e política pós-2001. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008.

_____. **Dicionário crítico de Política cultural:** cultura e imaginário. São Paulo: Editora Iluminuras, 1997.

COPELAND, A. J.; BARREAU, D. Helping People to Manage and Share Their Digital Information: A Role for Public Libraries. **Library Trends**, v. 59, n. 4, p. 637-649, 2011.

CORREIA, Pedro Miguel Alves Ribeiro ; MOREIRA, Maria Faia Rafael. Três grandes marcos da primeira década de história dos sites de redes sociais de larga escala: *Friendster*, *MySpace*, *Facebook* e a sua atomização em sites de redes sociais de nicho. **ALCEU**, v. 15, n. 30, jan./jun., p. 104-116, 2015.

CRESWELL, Jhon W. Procedimentos qualitativos. In. CRESWELL, Jhon W. **Projeto de pesquisa:** métodos qualitativo, quantitativo e misto. Tradução Luciana de Oliveira da Rocha. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. p. 184-210.

CUCHE, Denys. Cultura e identidade. In: _____. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: Edusc, 1999, p. 175-200.

CUNHA, M. B. da. CAVALCANTI, C. B. de O. **Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia**. Brasília: Briquet de Lemos, 2008.

CUNHA, Newton. **Cultura e ação cultural:** uma contribuição a sua história e conceitos. São Paulo, Edições SESC, 2010.

CVIJKJ, Irena Pletikosa ; MICHAELLES, Florian. Online engagement factors on Facebook brand pages. **Social Network Analysis and Mining**, jan. 2013. Disponível em: <http://cocoa.ethz.ch/downloads/2013/07/1253_10.1007_s13278-013-0098-8.pdf>. Acesso em: 12 out. 2018.

DUARTE, Sebastião Junior Henrique ; MAMEDE, Marli Villela ; ANDRADE, Sônia Maria Oliveira de. Opções Teórico-Metodológicas em Pesquisas Qualitativas: Representações

Sociais e Discurso do Sujeito Coletivo. **Saúde Soc.** São Paulo, v. 18, n. 4, p. 620-626, 2009.

ELMER, S. R.; HERRISON, J. A.; SILVA, V. R. Social Media as a Supplement to Face-to-Face Education: The Perspectives of Expanded Food and Nutrition Education Program Paraprofessionals and Graduates. **Journal of Extension**, v. 54, n. 3, 2016.

FACEBOOK. **Uso do Facebook**. 2018a. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/282489752085908?helpref=hc_global_nav>. Acesso em: 28 out. 2018.

_____. **Netvizz v.1.6**. 2018b. Disponível em: <<https://apps.facebook.com/107036545989762/>>. Acesso em: 01 set. 2018.

FEDERAÇÃO INTERNACIONAL DE ASSOCIAÇÕES E INSTITUIÇÕES BIBLIOTECÁRIAS (IFLA). **Diretrizes da IFLA sobre os serviços da biblioteca pública**. Editado por Christie Koontz e Barbara Gubbin. 2. ed. rev. IFLA Publications 147. Berlin: De Gruyter Saur, 2013. Disponível em: <<http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/series/147-pt.pdf>> Acesso em: 26 de fev. de 2018.

FEDOROWICZ, M. An Evaluation of the American Models of Public Library Service for Disabled Users for Poland. **Türk Kütüphaneciliği**, v. 21, n. 1, p. 45-54, 2007.

FERRAZ, Marina Nogueira. O papel social das bibliotecas públicas no século XXI e o caso da superintendência de bibliotecas públicas de minas gerais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 19, 2014. Disponível em: <<https://www.brapci.inf.br/v/a/17845>>. Acesso em: 03 out. 2018.

FLICK, Uwe. Triangulation in Qualitative Research. In: FLICK, Uwe ; KARDORFF Ernst von ; Steinke, Ines (ed.). **A companion to qualitative research**. Londres: SAGE Publications, 2004.

FLUSSER, Victor. A biblioteca como um instrumento de ação cultural. **Revista da Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais**, Belo Horizonte, v. 12, n. 2, p. 139-284, set. 1983. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/15776>>. Acesso em: 26 de fev. de 2018.

FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade e outros escritos**. 14. ed., rev. e atual. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.

FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL. **Biblioteca pública: princípios e diretrizes**. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2000. 160 p.

GALEGALE, B. P.; OLIVEIRA, L. M. B. Mediação cultural no âmbito da web 2.0: interatividade, participação e experiência. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, p. 46-50, 2017.

GESTEIRA, I. A. L. **Os espaços convencionais e alternativos de leitura**. 2013. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia. 2013.

GEWEHR, Adélia Helena. **Voltando o olhar para a Biblioteca Pública de Santa Catarina: percepções dos bibliotecários sobre ação cultural**. 2014. Monografia (Graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Ciências da Educação. Curso de Biblioteconomia. 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/127320>>. Acesso em: 18 out. 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. 8. ed. São Paulo: Editora Record, 2004.

GOMES, Karen Hellen Viana. **O bibliotecário como agente cultural: o caso da Biblioteca Parque Estadual do Rio de Janeiro**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal Fluminense, 2016. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/2519/1/GOMES%2c%20Karen.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2018.

GONÇALVES, M. da G. S. **A Biblioteca Pública do Paraná como instrumento de ação cultural: atividades culturais e mediação da informação**. 2011. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual de Londrina. Centro de Educação, Comunicação e Artes. Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação. 2011. Disponível em: <http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UEL_cb2ab330daf80aad40e3b24991337b4>. Acesso em: 12 set. 2018.

GOTTSCHALG-DUQUE, Cláudio. Bibliotecas e mídias sociais. In: RIBEIRO, Anna Carolina Mendonça Lemos ; FERREIRA, Pedro Cavalcanti Gonçalves Ferreira (orgs.). **Biblioteca do Século XXI: desafios e perspectivas**. Brasília: Ipea, 2016. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=29215>. Acesso em: 20 de fev. 2018.

GRAY, K.; ELLIOTT, K.; WALE, J. A community education initiative to improve using online health information: Participation and impact. **Informatics for Health and Social Care** v. 38, n. 3, set., p. 171-181, 2013.

GRIMMELMANN, James. Saving Facebook. **Iowa Law Review**, v. 94, p. 1137-1206, 2009. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1262822>. Acesso em 21 out., 2018.

HAVEN, Brian. **Marketing's New Key Metric: engagement**. Ago, 2007. Disponível em: <http://snproject.pbworks.com/f/NewMetric_Engagement.pdf>. Acesso em 14 out. 2018.

HUDSON, H.; HALL, J. Value of Social Media in Reaching and Engaging Employers in Total Worker Health. **Journal of Occupational and Environmental Medicine**, v. 55, n. 12, p. 78-81, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **São Paulo:** população. 2018. Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-paulo/panorama>>. Acesso em: 12 nov. 2018.

JOHANSON, K. Wild and banal: The value of the arts as commons. **International Journal of Event and Festival Management**, v. 6, n. 2, jun., p. 111-121, 2015.

KATZ, S. M.; TENNYSON, P. Public involvement in the internet age: Understanding the role of new and social media. 2009. **American Water Works Association Annual Conference and Exposition**, San Diego, jun. 2009.

KERCKHOVE, Derrick. **A pele da cultura:** investigando a nova realidade eletrônica. São Paulo: Annablume, 2009.

KIRKPATRICK, David. **O efeito facebook:** os bastidores da história da empresa que está conectando o mundo. Tradução de Maria Lúcia de Oliveira. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2010.

LARAIA, Roque De Barros. **Cultura um conceito Antropológico.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

LEMOS, André. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 6. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

LESSA, B.; GOMES, H. F. A biblioteca pública como um empório de ideias: evidências do seu lugar na sociedade contemporânea. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 27, n. 1, p. 35-46, 2017. Disponível em: <<https://www.brapci.inf.br/v/a/23076>>. Acesso em: 03 out. 2018.

LÉVY, Pierre ; LEMOS, André. **O futuro da internet:** em direção à uma ciberdemocracia planetária. 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

LIM, H.; KIM, S. Changes in spatial organization in french public libraries. **Journal of Asian Architecture and Building Engineering**, v. 8, n. 2, p. 323-330, 2009.

MACHADO, Elisa Campos; CALIL JUNIOR, Alberto; ACHILLES, Daniele. A biblioteca pública no espaço público: estratégias de mobilização cultural e atuação sócio-política do bibliotecário. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 14, número especial, p.115-127, out./dez. 2014. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/pci/v19nspe/10.pdf>>. Acesso em: 26 de fev. 2018.

MACHADO, F. B.; SUAIDEN, E. A biblioteca pública, entre a teoria e a prática. **Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 29, n. 2, 2015.

MAGALHÃES, S. P. O Blog caçadores de bibliotecas e a construção de conteúdos. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**. São Paulo, v. 11, n. especial, p. 333-348. 2015.

MAINIERI, Tiago. **Um peso, duas medidas**: desvelando a comunicação pública na sociedade midiaticizada. Goiânia: FIC/UFG, 2016.

MANESS, Jack M. Library 2.0 Theory: *Web 2.0* and its implications for libraries. **Webology**, v. 3, n. 2, jun. 2006. Disponível em: <<http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html>>. Acesso em 30 mar. 2018.

MARCIAL, Viviana Fernández. Inovação em bibliotecas. In: RIBEIRO, Anna Carolina Mendonça Lemos ; FERREIRA, Pedro Cavalcanti Gonçalves Ferreira (orgs.). **Biblioteca do Século XXI: desafios e perspectivas**. Brasília: Ipea, 2016. Disponível em: < http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=29215>. Acesso em 20 de fev. 2018.

MARGAIX ARNAL, D. **Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0**: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *El Profesional de la informacion*, Barcelona, v.16, n.2, p. 95-106, mar./abr. 2007. Disponível em: < <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2007.mar.01> >. Acesso em: 13 out. 2018.

MARTINO. Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes, 2015.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. 5. ed. São Paulo: Editora Cultriz, 1964.

_____. Visão, Som e Fúria. In LIMA, L.C. **Teoria da cultura de massa**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p. 145-156.

MEDEIROS, A. L. S. ; OLINTO, Gilda. Bibliotecas públicas e o futuro: as bibliotecas estaduais brasileiras na era da internet. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 13, 2012, Rio de Janeiro. **Anais....** Disponível em: < <file:///Users/macbook/Downloads/3789-6057-2-PB.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2018.

MENEGUEL, C. R. de A.; ALBUQUERQUE, L. R. de. A importância de eventos culturais para bibliotecas públicas – estudo de caso: biblioteca Mário de Andrade/SP. **Revista RETC**, ed. 12, abr. de 2013, p. 14. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Cinthia_Meneguel/publication/299649545>. Acesso em: 18 out. 2018.

MILANESI, Luís. **Biblioteca**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

_____. Centro de Ação cultural. In: **A casa da invenção**. 4. ed. São Paulo, Ateliê Editorial, 2003.

MUELLER, S. P. M. Bibliotecas e sociedade: evolução da interpretação de função e papéis da biblioteca. **R. Esc. Bibliotecon**. Belo Horizonte; UFMG, v. 13, n. 1, p. 7-54, mar. 1984.

NEW OXFORD AMERICAN DICTIONARY. 3. ed. Oxford: Oxford University Press, 2010.

OLIVEIRA, L. P. de; VIEIRA, J. da S.; LOPES, G. A. **Ações culturais em bibliotecas públicas municipais**: estudo comparado das práticas de Goiânia (GO) e São Paulo (SP). *Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação*. v. 8, n. 2, 2015. Disponível em: <<http://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/12520/11430>>. Acesso em: 18 set. 2018.

O'REILLY, T. **What is web 2.0?** 2005. Disponível em: <<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=3>>. Acesso em 20 mar. 2018.

OVERBEY, T. A.; DOTSON, D. S.; LABADIE, M. M. Public Libraries and Higher Education Combining Efforts to Create Quality Stem Children's Programs. **Public Library Quarterly**, v. 37, n. 1, jan., p. 21-35, 2018.

PAIVA, M. de A. M. de. ; ANDRADE, M. E. A. Biblioteca pública no Brasil: políticas federais de 1990-20061. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.19, número especial, p.95-114, out./dez. 2014.

PARK, B. K. et al. Development of a Teen-Friendly Health Education Program on Facebook: Lessons Learned. **Journal of Pediatric Health Care**, v. 30, n. 3, 2016.

RASTELI, A. ; CALDAS, R. F. Mediação cultural na biblioteca pública para a cultura de paz e integração social. **Revista Brasileira de Educação em Ciência da Informação**, v. 4, n. 2, 2017. Disponível em: <<https://www.brapci.inf.br/v/a/29263>>. Acesso em: 03 out. 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. **Mídia x Rede social**. Blog pessoal, 2010. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2010/11/midia-x-rede-so.html>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

_____. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

RED DE BIBLIOTECAS FUNDACIÓN EPM. **Sistema Bibliotecas Públicas Medellín**, 2018. Disponível em < <http://www.reddebibliotecas.org.co/grupos/sbpm>>. Acesso em 26 out. 2018.

REZENDE, Laura Vilela Rodrigues ; MARTINS, Dalton Lopes ; SILVA, Marcel Ferrante. Mídias sociais em tempos de bibliotecas 2.0: um estudo em bibliotecas das instituições federais de ensino brasileiras trazendo perspectivas futuras para a preservação digital. **Rev. Digit. Bibliotecon. Cienc. Inf**, Campinas, SP, n. 14, n. 3, set/dez. 2016, p. 484-500.

RIBEIRO, A. S.; CUNHA. V. A. Ação cultural e biblioteca pública, novos caminhos para a educação e o desenvolvimento humano. In: **VII CINFORM - Encontro Nacional de Ensino e Pesquisa da Informação**. Salvador, 2017. Disponível em: < <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/4729> >. Acesso em: 25 set. 2018.

RIEDER, Bernhard. Studying Facebook via Data Extraction: The Netvizz Application. In: **WebSci**, mai., 2013, Paris, France. Disponível em: http://thepoliticsofsystems.net/permafiles/rieder_websci.pdf. Acesso em: 26 mar. 2018.

ROBERTSON, D. A. **Cultural Programming for libraries: linking libraries, communities and culture**. Chicago: American Library Association, 2005. *E-book*.

ROSA, A. J. S. da. A prática de ação cultural em bibliotecas. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.14, n. 2, p. 372-381, jul./dez., 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTANA, L C da S. **A fan page da Biblioteca Demonstrativa: diretrizes para uso de mídias sociais**. Monografia (graduação). Universidade de Brasília, Faculdade de Ciência da Informação, 2013.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006 (Primeiros passos; 110).

SANTOS, J. M. Ação cultural em bibliotecas públicas: o bibliotecário como agente transformador. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 11, n. 2, 2015. Disponível em: <<https://www.brapci.inf.br/v/a/20702>>. Acesso em: 03 out. 2018.

SÃO PAULO (Estado). Governo do Estado. **Bibliotecas de SP: um roteiro para os apaixonados por literatura**, 2017a. Disponível em: < <http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/bibliotecas-de-sp-o-roteiro-definitivo-para-quem-gosta-de-literatura/>>. Acesso em 18 out. 2018.

_____. **Decreto n. 22.766, de 9 de outubro de 1984: cria o Sistema de Bibliotecas Públicas do Estado de São Paulo e dá providências correlatas**. São Paulo, 1984.

_____. **Decreto nº 55.319, de 5 de janeiro de 2010:** cria, na Secretaria da Cultura, como equipamento cultural da área de Difusão Cultural, a Biblioteca de São Paulo e dá providências correlatas. São Paulo, 2010.

SÃO PAULO (Prefeitura). **Biblioteca Viva:** Programa Biblioteca Viva e a revitalização das 54 bibliotecas de CSMB, 2017b. Disponível em: <https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/bibliotecas/programas_projetos/index.php?p=21630>. Acesso em 26 out. 2018.

SILVA, B. D.; SANTOS NETO, J. O. A. Práticas de mediação cultural nas bibliotecas públicas municipais de Londrina/PR. **Biblionline**, v. 13, n. 2, 2017. Disponível em: <<https://www.brapci.inf.br/v/a/28106>>. Acesso em: 03 Out. 2018.

SILVA, L. M.; MIGUEL, C. G. Ações culturais na biblioteca de São Paulo: um meio de inclusão, uma abordagem prática. **CRB-8 Digital**, v. 5, n. 2, p. 80-87, 2012. Disponível em: <<https://www.brapci.inf.br/v/a/30780>>. Acesso em: 03 out. 2018.

SISTEMA ESTADUAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS DE SÃO PAULO (SISEB). **Biblioteca de São Paulo é finalista de prêmio internacional na categoria Biblioteca do Ano**, 2018a. Disponível em: <<http://siseb.sp.gov.br/biblioteca-de-sao-paulo-e-finalista-de-premio-internacional-na-categoria-biblioteca-do-ano/>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

_____. **Bibliotecas Paulistas**, 2018b. Disponível em: <<http://siseb.sp.gov.br/bibliotecas-paulistas/#bibliotecas-estaduais>>. Acesso em: 21 set. 2018.

_____. **Página inicial do Facebook**. 2018c.. Disponível em: <<https://www.facebook.com/sisebsp/>>. Acesso em: 10 mai. 2018.

SOUSA, Mauro Wilton de. Recepção e Comunicação: a busca do sujeito. In: _____ (org.). **Sujeito: o lado oculto do receptor**. Tradução de Sílvia Cristina Dotta e Kiel Pimenta. São Paulo: Brasiliense, p. 13-38, 1995.

SOUZA, S. H. C. L. de. Conectando: um estudo de caso do uso das mídias digitais sociais pela Biblioteca de São Paulo. In: **XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação**. Florianópolis, julho, 2013. Disponível em: <<https://portal.febab.org.br/anais/article/viewFile/1280/1281>>. Acesso em: 10 ago. 2013.

SP LEITURAS (Associação Paulista de Bibliotecas e Leitura). **O que é SisEB?** 2018. Disponível em: <<https://spleituras.org.br/portfolio/siseb/#>>. Acesso em: 18 out. 2018.

_____. **Biblioteca viva**. São Paulo : Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo, 2013. (Notas de biblioteca ; 5)

SOLIS, Brian. **Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web**. Nova Jersey: Wiley, 2010. *E-book*.

SUAIDEN, Emir. **Biblioteca pública e informação à comunidade**. São Paulo: Global, 1995.

SUNG, H. Y. HEPWORTH, M. Modelling community engagement in public libraries. **Malaysian Journal of Library and Information Science**, v. 18, n. 1, p. 1-13, 2013.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais**. 2. ed. São Paulo: M. Books, 2011.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa ; NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para entender as teorias da comunicação**. 2. ed. Uberlândia, MG: Edufu, 2009.

THE LONDON BOOK FAIR. **International Excellence Awards 2018**. Disponível em: < <http://www.londonbookfair.co.uk/Whats-On/Awards1/International-Excellence-Awards/>>. Acesso em: 05 mar. 2018.

THOMPSON, Jhon B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; CHIARA, I. G. D. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, v. 34, n. 2, 2005.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do marketing digital**: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

TUZZO, S. A. **Os sentidos do impresso**. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

UNESCO. **Manifesto da IFLA/UNESCO sobre bibliotecas públicas** 1994. Disponível em: < <https://www.ifla.org/files/assets/public-libraries/publications/PL-manifesto/pl-manifesto-pt.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2018.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. O perfil das bibliotecas contemporâneas In: RIBEIRO, Anna Carolina Mendonça Lemos ; FERREIRA, Pedro Cavalcanti Gonçalves Ferreira (orgs.). **Biblioteca do Século XXI**: desafios e perspectivas. Brasília: Ipea, 2016. Disponível em: < http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=29215>. Acesso em: 20 de fev. 2018.

VELOSO, Renato. **Tecnologias da Informação e da Comunicação**: desafios e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2011.

VIVEK, S. D. **A scale of consumer engagement**. Tese (Doutorado em Filosofia) – Departamento de Gestão em Marketing, University of Alabama, Tuscaloosa, 2009. Disponível em: < <https://ir.ua.edu/handle/123456789/603>>. Acesso em: 02 out. 2018.

WE ARE SOCIAL. **Digital in 2018**: essential insights into internet, social media, mobile, and ecommerce use around the world, 2018. Disponível em: < <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>>. Acesso em: 10 set. 2018.

WHITE, L. **O conceito de cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.

