

COMPETÊNCIA INFORMACIONAL DO BIBLIOTECÁRIO COMO SOCIAL MEDIA

E-mail:
freires.leogilson@gmail.com
rosazuleide@hotmail.com
genoveva_batista@hotmail.com
isa.freire@academico.ufpb.br

Leogilson Alves Freires*; Rosa Zuleide Lima de Brito*;
Genoveva Batista do Nascimento*; Isa Maria Freire**

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a competência informacional do bibliotecário na atuação como social media, considerando os desafios e as possibilidades que emergem da convergência entre a Biblioteconomia e a comunicação digital. A proposta parte da compreensão de que o profissional da informação, tradicionalmente vinculado a espaços físicos como bibliotecas e centros de documentação, tem ampliado seu campo de atuação em decorrência das transformações tecnológicas e sociais, assumindo novas funções em ambientes virtuais e nas redes sociais digitais. A competência informacional é entendida, neste contexto, como a capacidade de identificar, localizar, avaliar, organizar, produzir e comunicar informações de maneira ética e eficaz. Essas habilidades, essenciais ao exercício da Biblioteconomia, são cada vez mais requisitadas nos ambientes digitais, onde a informação circula de maneira acelerada, fragmentada e, muitas vezes, descontextualizada. O bibliotecário, ao assumir a função de social media, passa a atuar na curadoria, validação e disseminação de conteúdos informacionais, promovendo o acesso à informação confiável e contribuindo para a formação crítica dos usuários. O estudo propõe refletir sobre como essas competências são aplicadas no gerenciamento de redes sociais institucionais, especialmente de bibliotecas e centros culturais, e de que forma o bibliotecário pode utilizar essas plataformas para ampliar o alcance dos serviços informacionais e fomentar o engajamento com os públicos diversos. Além disso, são abordadas as estratégias de comunicação adotadas por bibliotecários nas redes sociais, a produção de conteúdo digital com valor informacional, a mediação da leitura em ambientes virtuais e a construção da imagem institucional nas plataformas digitais. A partir da análise de práticas e experiências bem-sucedidas, o trabalho evidencia que o bibliotecário, ao se apropriar das ferramentas de marketing digital e ao desenvolver uma postura comunicativa ativa, pode fortalecer o papel social das bibliotecas e atuar como agente de transformação na sociedade da informação. As redes sociais se configuram, assim, como ambientes privilegiados para a promoção da leitura, da inclusão informacional e da cidadania digital, reforçando o compromisso ético do profissional com a democratização do conhecimento. A pesquisa também destaca a importância da formação continuada e da capacitação técnica dos bibliotecários para o uso estratégico das mídias digitais. São discutidos aspectos como planejamento de conteúdo, análise de métricas, engajamento de públicos, gestão de reputação e uso de linguagem acessível, todos elementos que fazem parte da atuação do social media e que exigem competências alinhadas à Biblioteconomia. Em síntese, este trabalho contribui para o reconhecimento das redes sociais como espaços legítimos de atuação profissional para o bibliotecário e defende a valorização da competência informacional como eixo estruturante dessa atuação. Ao ocupar o espaço digital com responsabilidade, criatividade e conhecimento técnico, o bibliotecário amplia sua presença na sociedade e reafirma seu papel como mediador qualificado da informação.

Palavras-chave: bibliotecário; bibliotecário de mídias sociais; competência em informação; mídias digitais; social media.

* Universidade Federal da Paraíba - UFPB

* Universidade Federal da Paraíba - UFPB

** Universidade de São Paulo - USP

ABSTRACT

This study aims to analyze the informational competence of librarians in their role as social media professionals, considering the challenges and opportunities that arise from the convergence of Librarianship and digital communication. The proposal is based on the understanding that the information professional, traditionally associated with physical spaces such as libraries and documentation centers, has expanded their field of activity due to technological and social transformations, taking on new roles in virtual environments and on digital social networks. Informational competence is understood in this context as the ability to identify, locate, evaluate, organize, produce, and communicate information ethically and effectively. These skills, essential to the practice of Librarianship, are increasingly required in digital environments where information circulates rapidly, fragmented, and often out of context. When acting as a social media professional, the librarian plays a key role in curating, validating, and disseminating informational content, promoting access to reliable information and contributing to users' critical development. This study reflects on how these competencies are applied in the management of institutional social networks, especially those of libraries and cultural centers, and how librarians can use these platforms to expand the reach of informational services and foster audience engagement. It also addresses the communication strategies adopted by librarians on social networks, the production of digital content with informational value, the mediation of reading in virtual environments, and the construction of institutional image in digital platforms. Based on the analysis of successful practices and experiences, the study shows that librarians, when adopting digital marketing tools and developing an active communicative stance, can strengthen the social role of libraries and act as agents of transformation in the information society. Social networks thus become privileged environments for the promotion of reading, informational inclusion, and digital citizenship, reinforcing the ethical commitment of the profession to the democratization of knowledge. The research also highlights the importance of continuous education and technical training for librarians in the strategic use of digital media. Topics such as content planning, metrics analysis, audience engagement, reputation management, and the use of accessible language are discussed—elements that are part of the social media role and require competencies aligned with Librarianship. In summary, this work contributes to the recognition of social networks as legitimate spaces for professional librarian practice and advocates for the appreciation of informational competence as a structuring axis of this performance. By occupying digital spaces with responsibility, creativity, and technical knowledge, the librarian expands their presence in society and reaffirms their role as a qualified information mediator.

Keywords: scientific communication; scientific journals – PBCIB; intellectual technologies laboratory – LTi; dissemination of information; virtual social networks.

INTRODUÇÃO

A era digital trouxe consigo uma revolução nas formas de comunicação e interação social, transformando a maneira como as informações são disseminadas e consumidas. Para Bauman (2013) a internet facilita a criação de “comunidades de interesse” onde indivíduos se conectam rapidamente por temas específicos, mas raramente formam laços robustos ou duradouros.

As redes sociais emergem como plataformas centrais, não apenas para o compartilhamento de conteúdo, mas também para a construção de comunidades e redes de conhecimento. A evolução da internet, passando das primeiras versões da *Web* até as atuais *Web* 3.0 e *Web* 4.0, transformou profundamente a maneira como os usuários interagem e participam das dinâmicas sociais e culturais no mundo digital. Essa transformação é marcada pela crescente interatividade e descentralização das informações, caracteriza a cultura participatória, na qual os usuários deixam de ser meros

receptores passivos e tornam-se agentes ativos na produção, disseminação e consumo de conteúdos e informações (Jenkins, 2009).

Em suma, a cultura participatória viabilizada pelas *Web 3.0* e *Web 4.0* representa uma nova fase na relação entre o indivíduo e a tecnologia. Com maior capacidade de adaptação e inteligência integrada, essas tecnologias ampliam o papel do usuário como co-criador e co-agente dos processos informacionais, redefinindo o próprio conceito de interação e engajamento digital. O bibliotecário, tradicionalmente visto como o guardião do conhecimento em ambientes físicos, agora se vê diante de um novo desafio: adaptar suas competências e habilidades para atuar efetivamente no ambiente digital.

A partir das informações postuladas, a justificativa pessoal em desenvolver este estudo provém de experiências como aluno do curso de Biblioteconomia, participando como voluntário e bolsista do Laboratório de Tecnologias Intelectuais – *LTi*, no qual executei atividades que consistiram em administrar a *Fanpage* “Na Trilha do Futuro” no *facebook*, divulgando as ferramentas do laboratório *LTi*, como também informações de trabalhos acadêmicos, congressos, eventos, das áreas da Ciência da Informação, Biblioteconomia, Arquivologia, Museologia e áreas afins.

O *LTi* é um projeto de pesquisa - ensino - extensão, com vistas ao desenvolvimento de ações que facilitem o acesso livre à informação científica e tecnológica, de modo a promover reflexões e propiciar competências em tecnologias intelectuais de produção, comunicação e uso dessa informação.

O Projeto foi criado pela Profa. Dra. Isa Maria Freire, é desenvolvido no âmbito do Departamento de Ciência da Informação, mediante parceria com organizações internas e externas à Universidade Federal da Paraíba. Dito isto, devido ao aumento significativo de usuários do *Instagram* em 2020, percebi que havia a necessidade de levar uma das revistas científicas que fazem parte do *LTi* para essa mídia, nesse caso, Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia – PBCIB, da qual fui pesquisador aprendiz durante os anos de 2019 a 2022 e que continuei atuando como editor de mídias sociais.

Dito isso, ao levarmos a revista PBCIB para o *Instagram*, percebi que ser apenas um usuário comum dessa rede social não era suficiente para chegar a excelência nas publicações por mim administradas nesta rede. Percebi que havia necessidade de adquirir habilidades com diversos *hardwares*, *softwares*, aplicativos, *IA's* e entre outras ferramentas, as quais só tive contato fora do contexto de sala de aula, onde tive que fazer um filtro de cada uma delas, pois muitas não são de acesso aberto.

Nessa direção, elencamos como questão de investigação desse estudo saber: Como o bibliotecário pode atuar como social media, considerando que profissionais de outras áreas ou mesmo sem formação, estão se apropriando desse espaço?

Buscando responder nosso questionamento, traçamos como objetivo geral: Analisar a atuação do bibliotecário como social media, considerando competências e habilidades para essa profissional se torne apto a atuar com essas ferramentas à luz da literatura sobre a temática.

A vista disso, especificamente os objetivos específicos são detalhados em: a) Mapear as competências do social mídia; b) Apresentar o perfil do social mídia e suas áreas de atuação; c) Levantar as principais ferramentas utilizadas por esse profissional; e d) Mostrar a competência em informação do bibliotecário como social mídia no cenário atual.

Tendo em vista, que a competência informacional - CoInfo, definida como a capacidade de localizar, avaliar, utilizar e comunicar informações de maneira ética e eficaz, tornou-se essencial na era digital e globalizada, em que a quantidade de informações disponíveis cresce exponencialmente. Segundo a American Library

Association (ALA, 2000), competência envolve não apenas habilidades de busca e análise de dados, mas também a capacidade de discernir e selecionar informações relevantes e confiáveis.

Nesse contexto, o bibliotecário assume um papel fundamental, sendo responsáveis por capacitar usuários na construção de conhecimentos críticos e autônomos.

Dito isso, a globalização e a rápida evolução das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação - TDIC, têm impulsionado a construção de uma sociedade em rede, onde a informação circula de forma ágil e dinâmica. Tradicionalmente, o bibliotecário atuava no ambiente das bibliotecas, mas com o avanço dessas tecnologias, suas funções têm se expandido para além desses espaços físicos. Para Anna (2015, p.139)

Assim, entende-se que esses profissionais, devido à capacidade de transformação e adaptação que possuem, adequam-se a diferentes ambientes, ampliando seu campo de atuação ao exercer atividades variadas, seja no âmbito das bibliotecas convencionais quanto nas digitais, seja em centros de documentação, no gerenciamento da informação organizacional, podendo atuar também, na prestação de serviços informacionais, com uma postura autônoma e empreendedora.

Nesse ambiente, o bibliotecário deve não apenas dominar as ferramentas digitais, mas também compreender as necessidades dos usuários e as particularidades de cada plataforma social. A competência em informação, portanto, se torna um requisito essencial para que esses profissionais possam atuar como mediadores de conhecimento, facilitando o acesso à informação e promovendo a literacia digital (*ou digital literacy*, em inglês), conceito esse amplamente difundido por Paul Gilster em sua obra de 1997.

A literacia digital significa, além disso, um novo meio, uma diversidade de mídias que fundamentam as práticas e as transformam de uma maneira até então desconhecida, em um contexto global e intercomunicado que também é uma novidade histórica. Isso não apenas está mudando nossa forma de nos relacionarmos com a tecnologia, mas também está influenciando a maneira como nos relacionamos com a sociedade em si, e, portanto, transformando nossas próprias identidades e formas de aprender. (Gilster, 1997, p. 59, tradução nossa)

Dito isso, a literacia digital é uma habilidade essencial, pois possibilita que os indivíduos naveguem de maneira eficaz e segura em um ambiente digital em constante expansão. Para Kabakus, Bahcekapili, Ayaz (2023) a literacia digital é a capacidade de indivíduos usarem ferramentas e recursos digitais para acessar, avaliar, gerenciar e integrar informações. Esse conjunto de habilidades facilita a criação de novos conhecimentos e a comunicação eficaz em um ambiente digital.

Outro aspecto de suma importância que levou a realização dessa pesquisa foram os dados dos relatórios da Datareportal (2024), Segundo os relatórios haviam mais de 5,04 bilhões de usuários de mídia social no início de 2024, o que equivale a 62,3 por cento da população total do mundo, os usuários de mídia social cresceram 5,6 por cento no último ano, com 266 milhões de novos usuários em 2023, o que equivale a um aumento médio de 8,4 novos usuários a cada segundo.

Nesse sentido, redes sociais estão entre as principais fontes de informação para milhões de usuários no mundo, o que evidencia a importância desse profissional na curadoria e na garantia da qualidade informacional que circula nessas plataformas.

Além disso, a atuação do bibliotecário como social media exige uma compreensão profunda das linguagens e dos públicos que habitam as diferentes redes sociais. Cada plataforma possui suas características únicas, e o bibliotecário deve ser capaz de adaptar sua comunicação para engajar e informar de maneira eficaz. A habilidade de trabalhar em equipe, colaborando com designers, redatores e outros profissionais, também é fundamental para o sucesso nas estratégias de comunicação digital.

Nosso estudo está dividido em seções que apresentam os principais desafios e oportunidades que surgem com a atuação do bibliotecário nas mídias sociais, bem como as competências necessárias para se destacar nesse campo. A pesquisa se baseia em uma revisão da literatura sobre a temática, além de exemplos práticos que ilustram como os bibliotecários podem se tornar agentes de mudança e de inovação nas redes sociais.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa desenvolvida nesse trabalho possui caráter misto quanti-qualitativo e caracteriza-se como descritiva. Para Prodanov e Freitas (2013, p. 52), os estudos descritivos determinam “[...] quando o pesquisador apenas registra e descreve os fatos observados sem interferir neles. Visa a descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.” Aproveita-se de técnicas sistemáticas para observação, registro, análise, ordenação e interpretação de dados.

A estrutura teórica foi construída com base em uma pesquisa bibliográfica sobre os temas: competência em informação, competência em informação em mídias, bibliotecário e profissional social media. Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 54), a firmam que a pesquisa bibliográfica é,

[...] quando elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. Em relação aos dados coletados na internet, devemos atentar à confiabilidade e fidelidade das fontes consultadas eletronicamente. Na pesquisa bibliográfica, é importante que o pesquisador verifique a veracidade dos dados obtidos, observando as possíveis incoerências ou contradições que as obras possam apresentar.

Destarte, a definição de pesquisa bibliográfica é essencial para que o investigador construa uma base teórica robusta, permitindo um entendimento mais amplo do tema e a incorporação de diversos pontos de vista. Para Gil (2009), Esse tipo de pesquisa engloba materiais fundamentais para o desenvolvimento de uma ou mais temáticas, permitindo ao pesquisador explorar uma ampla gama de fenômenos e informações que, em uma investigação direta, geralmente não seriam acessíveis.

O levantamento bibliográfico teve como finalidade de conhecer de forma mais ampla a temática através da leitura de artigos de periódicos, relatórios, trabalhos monográficos, dissertações, teses, importantes para a investigação. Como definem Marconi e Lakatos (2021, p.186)

[...]A pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema. O estudo da literatura pertinente pode ajudar a planificar o trabalho, a evitar determinadas publicações e certos erros, e representa uma fonte indispensável de informações, podendo até orientar as indagações.

Assim posto, a pesquisa bibliográfica oferece um panorama sobre as contribuições relevantes já desenvolvidas sobre um tema, sendo essencial para o progresso de estudos científicos. Para Marconi e Lakatos (2021, p.215) esses estudos “[...] formam o conjunto de publicações, cuja pesquisa compreende quatro fases distintas: Identificação; Localização; Compilação e Fichamento”.

2.1 IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES BIBLIOGRÁFICAS

Para conduzir esta etapa foram utilizados diferentes tipos de fontes bibliográfica priorizando e buscando pelos que sejam mais relevantes para o campo desse estudo como: livros, periódicos científicos, teses, dissertações, monografias, uso de bibliotecas físicas, bibliotecas virtuais, bases de dados, portais de periódicos e entre outros. Para Gil (2024, p.79.)

[...] é importante certificar-se também que estudos teóricos clássicos ou de referência sejam consultados. Também é importante considerar que algumas fontes não estão disponíveis pela internet. O que poderá exigir a consulta em livros na biblioteca convencional ou mesmo sua aquisição em livrarias.

A vista disso, foram realizadas as buscas com o uso dos seguintes descritores: competência em informação, competência em informação em mídias, bibliotecário e profissional social media nos principais suportes Nacionais e Internacionais, os mais usados foram:

Quadro – 01 Quadro de Pesquisa

| Fonte pesquisada | Link da consulta |
|---|---|
| Base de Dados em Ciência da Informação (BRAPCI) | https://brapci.inf.br/home |
| Portal de Periódicos da CAPES | https://www.periodicos.capes.gov.br/ |
| Google Acadêmico | https://scholar.google.com.br/?hl=pt |
| Minha Biblioteca: Streaming de livros digitais | https://minhabiblioteca.com.br/ |
| REI – Repositório Digital da Universidade Federal da Paraíba | https://repositorio.ufpb.br/?locale=pt_BR |
| Biblioteca Eletrônica Científica Online -SciELO | https://www.scielo.br/ |
| Revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia - PBCIB | https://www.pbcib.com/index.php/pbcib |
| Revista Perspectivas em Ciência da Informação | https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci |
| Revista ACB | https://revista.acb.org.br/racb |
| Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação | https://rbbd.febab.org.br/rbbd |

| | |
|---|---|
| Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação - RICI | https://periodicos.unb.br/index.php/RICI/about |
| American Library Association (ALA). | https://www.ala.org/ |
| Revista Ciência da Informação | https://revista.ibict.br/ciinf |
| Revista de Biblioteconomia & Comunicação | https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/issue/view/3439 |
| Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação | https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb |
| ResearchGate | https://www.researchgate.net/ |
| Pew Research Center | https://www.pewresearch.org/about/ |
| DataReportal | https://datareportal.com/ |

Fonte: Freires (2025).

Este trabalho consiste em uma avaliação para se alcançar os objetivos definidos, uma vez que é indicada em casos onde a análise dos dados não faz uso de nenhum tipo de aplicação prática, para chegar ao objetivo final da pesquisa. O objetivo vai além de apenas levantar a produção científica sobre a competência em informação do bibliotecário no contexto das mídias. Busca-se também uma reflexão aprofundada e uma compreensão mais abrangente dessa competência informacional, especialmente na forma como é aplicada pelos bibliotecários em suas interações com os usuários. Desse modo, enfatiza-se o papel educativo desses profissionais, que consiste em levar a informação verídica e de qualidade buscando o desenvolvimento de habilidades de pesquisa, promovendo uma cultura de aprendizado contínuo e facilitando o acesso a informações relevantes para a construção do conhecimento.

3 COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO

Não é à toa que a “informação” tem sido um dos artefatos mais cobiçados ao longo de toda a história da humanidade. Desde os tempos mais remotos, o acesso à informação sempre foi sinônimo de poder, influência e controle. Em diversas civilizações, aqueles que detinham o conhecimento, como líderes, estudiosos e estrategistas, muitas vezes moldaram o curso dos acontecimentos, decidindo o destino de povos e nações.

Para Werthein (2000) a informação é parte integrante de todas as atividades humanas, individuais e coletivas, por conseguinte, todas essas atividades tendem a ser afetadas diretamente pelas novas tecnologias. Além disso, no mundo contemporâneo, em que vivemos na era da informação, essa busca continua, pela a informação está sendo um recurso valioso e essencial para o progresso científico, econômico e social.

Segundo o dicionário eletrônico “Origem da Palavra”, competência vem do Latim *competere*, que significa “lutar, procurar ao mesmo tempo”, de *com*, que significa “junto” e mais *petere*, que significa “disputar, procurar, inquirir”, como podemos ver, esses termos nos remetem à Idade Média, com suas guerras territoriais e disputas.

A ideia de justiça e preparo para a luta também conecta o termo “competência” ao Direito, onde se refere à capacidade legal de julgar e agir dentro de limites estabelecidos. Também podemos observar que, esse, mesmo termo competência aparece na língua francesa no final do século XV.

Para Dolz e Ollagnier (2004) nesse período, o termo competência se designava a legitimidade e a autoridade outorgadas às instituições para tratarem determinados problemas (um tribunal é competente em matéria de...) a partir do final do século XVIII, seu significado se ampliou para nível individual e passou a designar “toda capacidade

devida ao saber e à experiência”. Nesse sentido, como essa compreensão comum era bastante imprecisa, várias correntes das ciências humanas se esforçaram para dar ao termo um significado mais claro e específico.

O termo competência em informação, também conhecida como *Information Literacy*, foi mencionado pela primeira vez em 1974, através de um relatório intitulado “*The information service environment relationships and priorities*”, de autoria do bibliotecário americano Paul G. Zurkowski (Zurkowski, 1974). Segundo o relatório, foi recomendado um programa nacional para aquisição de competência em informação em uma década.

A *American Library Association - ALA* (1989), grupo que promove discussões internacionais sobre Biblioteconomia e Educação Literária, produziu um documento importante o “*Presential Committe on information literacy: Final Report*”, preparado por um grupo de bibliotecários e de educadores. Traz umas das definições mais usadas na literatura sobre competência em informação,

[...] para ser competente em informação, uma pessoa deve ser capaz de reconhecer quando uma informação é necessária e deve ter a habilidade de localizar, avaliar e usar efetivamente a informação [...] as pessoas competentes em informação são aquelas que aprenderam a aprender. Elas sabem como aprender, pois sabem como o conhecimento é organizado, como encontrar a informação e como usa-la de modo que outras pessoas aprendam a partir dela. (American Library Association – ALA, 1989, p.1, tradução nossa)

Isto visto, para Vitorino e Piantola (2019) existem vários marcos teórico quando abordamos a literatura sobre a competência em informação. Um desses marcos é o artigo de Campello (2003). De acordo com a autora, no Brasil, o termo information literacy está em fase de construção e foi citado pela primeira vez por Caregnato (2000, p. 50), que o traduziu como “alfabetização informacional” em um texto em que propunha a expansão do conceito de educação de usuários e ressaltava a necessidade de que as bibliotecas universitárias se preparam para oferecer novas possibilidades de desenvolver nos alunos habilidades informacionais necessárias para interagir no ambiente digital.

4 COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO EM MÍDIAS

Com o advento da globalização e o surgimento da Internet, a rápida e notável evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) tem impulsionado de forma contínua a construção de uma sociedade em rede. Hoje, essa sociedade encontra sua maior expressão nas redes sociais, que se firmaram como as principais plataformas de interação e compartilhamento de informações no cenário global. Conforme Freire (2020, p. 176) “A internet tem uma participação fundamental na disseminação da informação e do conhecimento para os profissionais da informação”.

Nesse contexto, Castells (1999, p. 499) introduz o conceito de rede e as estruturas sociais a ele associadas, com base na seguinte definição.

Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar- se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho). Uma estrutura

social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio.

A partir dessa concepção de rede, para Freire (2020), a autora destaca-se que, no ambiente das redes, o compartilhamento de informações e conhecimento se torna constante devido à sua agilidade e flexibilidade. Assim sendo, as redes sociais conectam indivíduos, comunidades e organizações, desempenhando um papel central na disseminação de conteúdos e na formação de redes de conhecimento em escala mundial.

Considera-se que o desenvolvimento de competência em informação nos ambientes digitais é uma parte fundamental para o avanço da sociedade contemporânea. Paul Gilster é amplamente reconhecido como o precursor do conceito de “letramento digital” (*digital literacy*), termo que ele define como “a habilidade de compreender e utilizar informações em múltiplos formatos provenientes de diversas fontes, quando apresentadas por meio de computadores”.

Para Gilster (1997), o letramento digital vai além da simples capacidade técnica de operar dispositivos; envolve também o desenvolvimento de uma compreensão crítica sobre a informação digital e suas aplicações em diferentes contextos, promovendo uma cidadania ativa e consciente no ambiente digital.

Nesse sentido, segundo um estudo de Doyle (1994) no qual a autora relata a trajetória, o desenvolvimento e a relevância da Competência em Informação (Information Literacy) como um aspecto crucial para a organização e o progresso da sociedade moderna. O trabalho apresenta uma análise dos atributos necessários para que uma pessoa seja considerada "competente em informação". Segundo a autora os atributos incluem:

- Reconhecer que informações precisas e completas são a base para uma tomada de decisão inteligente;
- reconhecer a necessidade de informação;
- formular perguntas com base nas necessidades de informação;
- identificar fontes potenciais de informação;
- desenvolver estratégias eficazes de busca;
- acessar fontes de informações, incluindo tecnologias baseadas em computadores e outras;
- avaliar a informação;
- organizar a informação para aplicação prática;
- integrar novas informações ao conhecimento existente;
- usar a informação no pensamento crítico e na resolução de problemas (Doyle, 1994, p. 3, tradução nossa).

Para Borges e Oliveira (2011), isso exige o desenvolvimento de novas competências, chamadas de competências operacionais. Essas habilidades estão entre as mais estudadas e são referidas sob diferentes termos, como habilidades instrumentais, competências técnicas ou letramento digital. Todos esses conceitos representam um conjunto de aptidões relacionadas ao uso de computadores e dispositivos eletrônicos, como smartphones, caixas eletrônicos e câmeras digitais.

5 PERFIL DO SOCIAL MEDIA

Com o mundo hoje cada vez mais conectado a internet, embora o uso dela seja quase onipresente em muitos países, nem todo mundo está online. Segundo o relatório da Datareportal de outubro de 2024, os últimos dados populacionais das Nações Unidas apontam para um total de 8,18 bilhões de pessoas vivendo na Terra. Atualmente, 5,75

bilhões de indivíduos utilizam um telefone celular, o que corresponde a 70,3% da população mundial.

O número total de usuários de telefones móveis cresceu em 119 milhões nos últimos 12 meses, representando um aumento de 2,1% em relação ao ano anterior. Além disso, os dados indicam que os smartphones representam mais de 85% dos dispositivos móveis em uso no mundo.

No início de outubro de 2024, 5,52 bilhões de pessoas estavam conectadas à internet, o que equivale a uma penetração global de 67,5%. Nos últimos 12 meses, o número de usuários da internet cresceu em 151 milhões (+2,8%); no entanto, ainda há 2,66 bilhões de pessoas offline, à medida que nos aproximamos dos últimos três meses de 2024. A análise mais recente estima que existam 5,22 bilhões de usuários de redes sociais globalmente, o que representa 63,8% da população mundial. O número total de usuários de redes sociais aumentou em mais de 5% no último ano, com a adição de 256 milhões de novas identidades de usuários.

Trazendo os dados para o âmbito nacional, conforme o relatório da Datareportal Digital-Barazil de fevereiro de 2024, havia 187,9 milhões de usuários de internet no Brasil no início de 2024, quando a penetração da internet era de 86,6%. O Brasil tinha 144,0 milhões de usuários de mídia social em janeiro de 2024, o que equivale a 66,3% da população total. No início de 2024, havia 210,3 milhões de conexões de telefonia celular ativas no Brasil, o que equivale a 96,9% da população total. Diante desse cenário, o relatório trás as principais mídias sociais mais usadas pelos brasileiros em janeiro de 2024. Sendo elas: Youtube; Instagram; Facebook; TikTok; LinkedIn; Facebook Messenger; Pinterest; O X (Twitte); Snapchat. Segue o quadro com as métricas de cada uma dessa redes sociais. Conforme mostrado no Quadro 2.

Quadro 2: Número de usuários das redes sociais no Brasil

| REDE SOCIAIS | USUÁRIOS |
|---------------------|---------------|
| YOUTUBE | 144,0 milhões |
| INSTAGRAM | 134,6 milhões |
| FACEBOOK | 111,3 milhões |
| TIKTOK | 98,59 milhões |
| LINKEDIN | 68,0 milhões |
| FACEBOOK; MESSENGER | 56,95 milhões |
| PINTEREST | 37,14 milhões |
| O X (TWITTE) | 22,13 milhões |
| SNAPCHAT | 6,84 milhões |

Fonte: Elaborada pelo autor com base no Relatório Digital: Brazil – 2024.

O profissional social media (ou gestor de redes sociais) tem se tornado cada vez mais relevante na era digital, especialmente em um mundo amplamente conectado e dependente de plataformas de comunicação online. Esse profissional é responsável por gerenciar, criar e distribuir conteúdo para redes sociais de marcas, empresas ou instituições, além de monitorar e interagir com o público-alvo de maneira estratégica.

Mas, afinal, o que faz um profissional de Social Media? De acordo com o site mLabs, o Social Media é o responsável pela criação e gestão de conteúdo nas mídias sociais de uma marca. Suas atividades incluem desde a produção e agendamento de

postagens até a interação com seguidores e a análise de análise de desempenho, como engajamento e alcance.

Esse profissional desempenha um papel estratégico na comunicação digital, uma curiosidade interessante sobre o termo “social media” é uma confusão que pode causar em sua tradução. No Brasil, adotamos “mídia social” para designar a profissão, mas, no inglês original, o termo não se refere diretamente a uma carreira específica.

Em vez disso, consulte-se às tecnologias que facilitam o compartilhamento de ideias e conteúdo em comunidades virtuais. Em muitas situações, o termo também é usado para designar a própria mídia social – fotos, vídeos, textos e áudios produzidos. Para o fundador da mLabs o CEO Rafael Kiso, no qual dá mais detalhes sobre a raiz dessa expressão em uma edição do podcast Papo Social Media, relata que:

Ao longo do tempo, todo mundo passou a criar algum tipo de post, publicação ou conteúdo. Esse conteúdo por si é uma mídia. Uma foto, um vídeo, um GIF é uma mídia assim como outras. [...] Só que, dentro da rede social, a mídia é feita por quem? Pelas pessoas, e não pela própria plataforma. [...] E o efeito de rede é usado para a distribuição. Portanto, mídia social significa: mídia feita pelas pessoas dentro desse sistema de distribuição de rede (Social [...], 2024, 4 min 58 s).

Assim, essa abordagem coloca o usuário no centro do processo de comunicação, tornando-o um agente ativo, em contraste com a mídia tradicional, onde o fluxo de informação é predominantemente unidirecional. A mídia social, portanto, não se limita à simples publicação, mas se estrutura em torno de uma dinâmica de construção coletiva, onde essa reflexão reforça a importância do profissional de mídia social. Segundo Kaplan e Haenlein (2009, p. 62) “o Conteúdo Gerado pelo Usuário (UGC) Projetos colaborativos permitem a criação conjunta e simultânea de conteúdo por muitos usuários finais e são, nesse sentido, provavelmente a manifestação mais democrática do UGC”.

5.1 *MERCADO DE ATUAÇÃO DO SOCIAL MEDIA*

Na era da informação, a profissão de mídia social está em franco crescimento, empresas de todos os portes, desde startups até grandes corporações, estão cada vez mais engajadas no planejamento, criação e monitoramento de suas redes sociais. Muitos deles já possuem setores internos especializados, dedicados exclusivamente a essas demandas. Isso abre diversas oportunidades para profissionais de mídia social, especialmente aqueles que estão iniciando suas carreiras. A seguir, destacamos algumas das principais oportunidades da área. Conforme mostrado no Quadro 2.

Quadro 3: Oportunidades da Área

| OPORTUNIDADES DA ÁREA | CARACTERÍSTICAS |
|-------------------------------------|--|
| Startups e pequenas empresas | - Com um orçamento muitas vezes enxuto , o social media tem que ser criativo, usando <u>memes</u> , <u>vídeos curtos</u> e posts divertidos para engajar o público. Aqui, cada curtida conta e cada comentário é uma vitória! |

| | |
|---------------------------------|--|
| E-commerce | - Para as lojas virtuais, o social media pode ser uma peça-chave para levar os usuários das redes sociais para as páginas de produtos no site . Ele utiliza estratégias para promover produtos, criar campanhas, interagir diretamente com os consumidores etc. |
| Empresas de grande porte | - Em corporações maiores, o social media gerencia uma imagem já estabelecida . O trabalho pode envolver manter a reputação da marca e lidar com crises. Essas empresas frequentemente têm equipes maiores e processos mais estruturados. |
| Agências de marketing | - As agências trabalham com vários clientes e campanhas . O social media deve desenvolver conteúdos e colaborar com as equipes de marketing. Cada projeto oferece a chance de aplicar estratégias diferentes. |
| Autônomo | - Ser um social media autônomo permite escolher clientes e definir horários . Essa liberdade é vantajosa, mas é necessário ter disciplina e habilidades de gerenciamento para garantir que tudo funcione bem. É uma boa opção para quem busca mais independência na carreira. |

Fonte: Elaborada pelo autor com base no site do mLabs, 2024.

O bibliotecário, com seu papel tradicional de organizar, classificar e disponibilizar informações vem adaptando suas competências para o ambiente digital. Nesse novo cenário, ele atua como curador de conteúdos, promovendo o acesso a fontes confiáveis e qualificadas, algo especialmente relevante nas redes sociais.

6 O BIBLIOTECÁRIO COMO SOCIAL MEDIA

Com o advento das tecnologias digitais, novas competências são exigidas dos bibliotecários como a habilidade de gerenciar grandes volumes de dados, compreender e aplicar ferramentas tecnológicas, além de fornecer suporte eficiente em ambientes virtuais.

Para Almeida e Baptista (2009, p. 3) “alguns bibliotecários preferem se nomear como profissionais da informação do que como bibliotecários. Provavelmente, porque essa nomenclatura trás mais status ao profissional do que ser um bibliotecário”. Considerando, que o termo profissional da informação é associado à profissão do bibliotecário, que de maneira geral, todas as profissões lidam com informação, existem aquelas em que o manejo de dados é mais direto, ou nas quais a gestão da informação constitui a atividade principal.

Conforme Baptista (2009), é pertinente compará-las com outras categorias profissionais, levando em conta seus respectivos enfoques, práticas e resultados esperados. A autora elaborou um quadro esquemático que descreve as profissões que lidam com a informação (Quadro 4).

Quadro 4: Quadro de Profissões dos Profissionais da Informação.

| Profissão | Foco | Ação | Resultado |
|----------------------------|---|---|--|
| Jornalista | Acontecimento; Fato | Levantamento de dados; Pesquisa; Redação; Divulgação na mídia impressa, rádio, televisão e internet | Informação; Notícia; Reportagem; Comentário; Análise especializada |
| Analista de Sistemas | Tecnologia da Informação | Pesquisa Aplicada | Equipamentos; Sistemas; Hardware |
| Desenvolvedor de Softwares | Tecnologia da Informação | Desenvolvimento de softwares; Patenteamento de programas | Comercialização de softwares; Suporte técnico |
| Webdesigner | Tecnologia da Informação | Desenho e manutenção de páginas web | Portais corporativos; Páginas pessoais |
| Detetive | Situação conflituosa envolvendo mistério | Levantamento de dados; Pesquisa de campo | Informação; Esclarecimento de mistério |
| Bibliotecário | Recursos informacionais | Organização, Gerência, e Disseminação da Informação | Serviços e produtos de informação |
| Arquivista | Memória institucional; Fatos históricos | Organização, Gerência e Disseminação de informação arquivística | Preservação e/ ou publicação da documentação arquivística |
| Museólogo | Objetos de valor histórico, científico, arqueológico, artístico | Organização, gerência e disseminação de informação museológica | Exposições, mostras, filmes, publicações especializadas |

Fonte: Baptista (2009, p. 22).

Como podemos observar, o termo "profissional da informação", frequentemente associado ao bibliotecário, revela que esses especialistas não se restringem apenas à Biblioteconomia. Trata-se, na verdade, de um conjunto diversificado de profissionais que atuam na gestão e no tratamento da informação.

Nesse contexto, os bibliotecários atuam como mediadores entre a informação e os usuários, seja no físico ou no digital, capacitando-os a navegar de maneira eficiente pelos recursos online, seja por meio de bases de dados, repositórios digitais ou bibliotecas virtuais. Paleta (2020, p. 47) Destaca que, “o aumento no acesso à vasta quantidade de informação requer, entretanto, serviços que se centrem no significado da busca mais do que meramente na localização da fonte”. Assim sendo, é notório enfatizar que, os bibliotecários desempenham um papel fundamental na promoção da competência informacional ao ajudar usuários a desenvolver habilidades críticas para localizar, avaliar e utilizar informações de forma ética e eficaz. Para Baptista (2009, p. 23).

De acordo com esse novo perfil, o bibliotecário é alguém que gera, organiza, gerencia, e dissemina informação; administra sistemas/unidades de informação e documentação; dirige e trabalha em bibliotecas públicas, especializadas, universitárias, escolares, etc.; presta consultorias; participa na formulação de políticas de informação,

e muitas outras funções ad hoc. É importante destacar que no mundo globalizado e cada vez mais interconectado de hoje, seu trabalho torna-se necessariamente descentralizado e colaborativo.

Nessa perspectiva, é notório que o bibliotecário não se limita apenas ao trabalho tradicional em bibliotecas, mas sim, assume funções que vão desde a organização e disseminação de informações até a participação em políticas públicas de informação, que segundo Bruce (2003), os bibliotecários atuam como educadores, desempenhando um papel ativo nos processos de ensino-aprendizagem. Sua abordagem se fundamenta no aprendizado autônomo e autodirigido, bem como no uso de recursos informacionais como base para o desenvolvimento do conhecimento.

Outro aspecto importante é a mediação da informação e a migração para o digital, que vem se tornando um desafio central na Biblioteconomia moderna. Bibliotecários precisam adotar estratégias de longo prazo para garantir a integridade e o acesso contínuo a materiais digitais, enquanto enfrentam questões de obsolescência tecnológica e direitos autorais. Conforme destaca Vallentim (2000, p. 20).

Novas mediações da informação entre o profissional da informação e o usuário devem ser estudadas e implementadas, assim como a disseminação da informação e seus canais de distribuição devem ser reestruturados. No caso específico da mediação da informação, as tecnologias de informação têm afetado e afetarão sobremaneira a forma e o meio de mediar. A Internet, por exemplo, modificou a forma e o meio quanto a busca da informação, consequentemente, modificou também a forma e o meio de mediar a informação.

Com isso, esse cenário exige não apenas a reestruturação dos canais de disseminação, mas também uma compreensão mais profunda das necessidades do usuário no ambiente digital e tecnologias como os sistemas de busca, repositórios digitais e plataformas de comunicação online tornaram-se essenciais para o profissional da informação.

Desta maneira, a atualização constante para o bibliotecário se mostra primordial, assim como para qualquer outro que deseje ser competente e adaptável. Segundo Vallentin (2000) certas características são essenciais no perfil do profissional da informação, mas nem sempre são completamente assimiladas durante sua formação ou atualização. No entanto, a formação básica é crucial, pois permite ao indivíduo conectar-se a teoria e a prática antes de ingressar no mercado de trabalho. Além disso, esses aspectos são essenciais para garantir uma atuação eficaz e alinhada com as necessidades da era digital.

7 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Apesar de muitos já saberem o que é um social media, ainda existem dúvidas a respeito sobre o que ele faz. Como ele pode desempenhar diferentes papéis, a plataforma brasileira de gestão de redes sociais – mLabs reuniu as principais áreas de atuação dentro desse mundo complexo das mídias sociais (Quadro 5).

Quadro 5: Áreas de atuação do Social media.

| ÁREAS DE ATUAÇÃO | O QUE FAZ | ATIVIDADES PRINCIPAIS |
|---------------------------|---|--|
| Planejamento de Editorias | Como o nome já diz, o foco do planejamento de editorias é a análise do mercado e das tendências. O objetivo é desenvolver estratégias de comunicação com ações específicas para atender às necessidades de cada público em cada rede social. | <ul style="list-style-type: none"> - entender quem é o público e o que eles gostam de ver; - desenvolver um calendário que define os dias e horários de postagem; - escolher os assuntos que serão abordados nas postagens. |
| Criação de Conteúdo | Essa é a mais conhecida (e uma das mais queridinhas) entre as responsabilidades de um social media. É aqui que todo o planejamento é transformado em copy, artes e legendas para transmitir a estratégia da marca e alcançar os objetivos esperados. | <ul style="list-style-type: none"> - escrever legendas, stories, posts de blog e outros formatos de textos para o público; - criar imagens e vídeos alinhados com a identidade visual da marca; - fazer correção de cores em imagens, edição de som, adição de efeitos visuais e animações, entre outros. |
| Interação e Monitoramento | Além de transmitir informações ao público, é função do social media monitorar como as mensagens da marca estão sendo recebidas pelo público. A interação direta com os seguidores também ajuda a mostrar que a opinião deles é de extrema importância. | <ul style="list-style-type: none"> - monitorar as redes sociais para responder a comentários e mensagens; - utilizar ferramentas especializadas para rastrear menções à marca nas plataformas; - identificar e responder a situações de crise que afetem a imagem da marca. |
| Gestão de Comunidades | O social media incentiva a interação dos seguidores, lança desafios divertidos e cria enquetes para manter as conversas animadas. No mundo do marketing digital, isso é chamado de marketing de comunidade. | <ul style="list-style-type: none"> - criar enquetes e abrir caixa de perguntas nos stories; - divulgar a realização de sorteios, incluindo informações sobre quais são as regras, como participar e quais são os prêmios; - repostar ou destacar as criações dos seguidores, como fotos ou comentários sobre os produtos. |

| | | |
|---|---|--|
| Geração de Relatórios e Análises | <p>Nenhuma estratégia é eficaz se não for possível calcular qual foi o seu retorno. Na gestão de redes sociais, não é diferente. O social media pode usar dados gerados por ferramentas terceiras ou pelas próprias redes sociais para monitorar o desempenho dos perfis.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - utilizar ferramentas de gestão de redes sociais para emitir relatórios de desempenho; - fazer a análise de métricas importantes, como compartilhamentos, visualizações de vídeos, taxa de cliques e alcance das postagens; - interpretar o histórico de desempenho para entender o comportamento do público e a eficácia das estratégias. |
| Agendamento de Posts | <p>O social media pode ficar responsável por planejar e programar as postagens para serem publicadas nos melhores horários. Assim, a marca estará sempre presente nas redes sociais, mesmo quando ele não está online.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - usar softwares para programar postagens de forma automática; - analisar dados sobre quando o público está mais ativo nas redes sociais; - garantir que todo o conteúdo agendado esteja correto e pronto para ser publicado. |
| Monitoramento de Tendências | <p>Um social media está sempre de olho nas novidades que mexem com o mundo digital. Esse monitoramento não é entretenimento — é pura estratégia. Nunca se sabe quando podem surgir tendências que afetem de alguma forma os perfis gerenciados.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - ler blogs, consultar o Google Trends e seguir influenciadores para mapear trends, polêmicas e hashtags em alta; - observar o que outras marcas estão fazendo e como o público reage a essas ações; - adaptar e incorporar novas tendências às estratégias de conteúdo da marca. |

Fonte: Elaborada pelo autor com base no site do mLabs, 2024.

Para Freire (2020) no ambiente das redes, o compartilhamento de informações e conhecimento se torna uma constante, tanto pela agilidade, quanto pela sua flexibilidade e com isso, ser social media envolve muito mais do que postar imagens e esperar interações.

A profissão requer habilidades como planejamento estratégico, criação de conteúdo relevante, gestão de comunidades e análise de dados, fundamentais para conectar a marca ao público de maneira eficaz e alcançar objetivos de marketing. Desta forma, a Plataforma brasileira de gestão de redes sociais – mLabs, traz algumas habilidades necessárias que valorizam esse profissional (Quadro 6).

Quadro 6 - As habilidades mais valorizadas em um Social Media.

| Habilidades | Características |
|--|---|
| Capacidade de gerenciar vários projetos | <ul style="list-style-type: none"> - Seja contratado por uma empresa, seja na atuação como freelancer, um social media gerencia as redes sociais de mais de uma marca ao mesmo tempo. - Para cada projeto, o profissional precisa lidar com uma linguagem e um público diferente. - Uma parte importante de participar de vários projetos é saber delegar e colaborar. Muitas vezes, você trabalhará com designers, redatores e outros profissionais. - Saber comunicar suas ideias e trabalhar em equipe fará parte da sua rotina. |
| Afinidade com as redes sociais | <ul style="list-style-type: none"> - O social media não é um usuário comum de redes sociais, pois precisa ter um conhecimento mais profundo do que a média sobre essas plataformas, o que envolve acompanhar atualizações nos algoritmos e estudar novas ferramentas. |

| | |
|-------------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Não é só “amar as redes sociais”, é ser um heavy user de todas as redes importantes. - É necessário conhecer funcionalidades avançadas, ter boas referências de social nesses canais e, por que não, ser um grande “fuçador”. |
| Ser extremamente atualizado | <ul style="list-style-type: none"> - As redes sociais mudam mais rápido do que a moda. Novos algoritmos, tendências, memes e desafios surgem o tempo todo. - Por isso, ser atualizado é crucial. Um social media precisa estar sempre ligado nas últimas novidades sobre as plataformas e sobre o que está acontecendo no mundo. |
| Domínio da língua portuguesa | <ul style="list-style-type: none"> - Nada de “vc” no lugar de “você” e muito menos “concreteza” no lugar de “com certeza”. O domínio da língua portuguesa é fundamental para um social media. - Erros gramaticais e de ortografia podem prejudicar a imagem da marca e afastar seguidores. <p>Um social media requisitado no mercado também sabe como adaptar a linguagem para cada rede social e público. Nada de textão formal no Twitter,</p> |

Fonte: Elaborada pelo autor com base no site do mLabs, 2024.

Na Biblioteconomia, essas funções se tornam relevante para as bibliotecas e centros de informação que desejam promover seus acervos e serviços de maneira eficaz nas plataformas digitais. O uso estratégico das redes sociais por bibliotecas, por exemplo, tem mostrado resultados positivos na divulgação de informações relevantes para seus usuários e na busca de novos públicos.

Nesse sentido, o mLabs fala das ferramentas e *softwares* mais utilizados pelo profissional social media, sendo elas fundamentais para otimização das atividades diárias e monitoramento do desempenho das estratégias. Existem diversas opções que auxiliam na curadoria de conteúdo, análise de concorrência, criação de materiais visuais, monitoramento de métricas e agendamento de postagens, permitindo uma gestão mais eficiente e estratégica das redes sociais. O mLabs indicou as 6 (seis) ferramentas mais utilizadas pelo social media, apresentadas abaixo.

7.1 FERRAMENTAS NATIVAS

As ferramentas nativas são aquelas que vêm embutidas nas próprias plataformas sociais. Elas são essenciais para gerenciar suas contas e interagir com o público eficientemente (Quadro 7).

Quadro 7 - Ferramentas Nativas.

| FERRAMENTAS NATIVAS | CARACTERÍSTICAS |
|--|---|
| <u>Facebook Creator Studio:</u> | - para agendar posts e gerenciar conteúdo no Facebook e Instagram; |
| <u>Instagram Insights</u> | - oferece métricas sobre engajamento e desempenho de posts; |
| <u>X Analytics</u> | - ajuda a acompanhar o desempenho de tweets e interações; |
| <u>LinkedIn Analytics</u> | - para entender como suas publicações estão performando na rede profissional. |

Fonte: Elaborada pelo autor com base no site do mLabs, 2024.

O Quadro 7 apresenta ferramentas nativas essenciais à gestão de mídias sociais, com destaque para funcionalidades como agendamento de postagens e análise de métricas de engajamento. Por serem integradas às plataformas, essas ferramentas proporcionam maior precisão nos dados e praticidade no gerenciamento estratégico das contas.

7.2 FERRAMENTAS DE GESTÃO

Se gerir uma rede social já é trabalhoso, imagine cuidar de várias redes de diversos clientes? É por isso que as ferramentas de gestão são as queridinhas de muitos profissionais de social media. Com elas, é possível organizar o planejamento mensal de publicações, agendar e acompanhar posts nas redes sociais, além de analisar os resultados (Quadro 8).

Quadro 8 - Ferramentas de gestão.

| FERRAMENTAS DE GESTÃO | CARACTERÍSTICAS |
|------------------------|---|
| <u>mLabs</u> | - é uma das maiores plataformas desse segmento da América Latina, com mais de 140 mil marcas assinantes ; |
| <u>Reportei</u> | - Além de proporcionar uma rotina mais produtiva, essa ferramenta também facilita a comunicação com o cliente, aumentando a confiança dele no seu trabalho. |

Fonte: Elaborada pelo autor com base no site do mLabs, 2024.

O Quadro 8 destaca ferramentas essenciais para o gerenciamento de redes sociais, úteis também no contexto da Biblioteconomia. Elas permitem agendar publicações, analisar métricas e compreender o comportamento do público. Seu uso contribui para a mediação da informação e para uma atuação mais estratégica e eficiente em ambientes digitais.

7.3 FERRAMENTAS DE CRIAÇÃO E DESIGN

Criar conteúdo visual é fundamental nas redes sociais. Essas ferramentas são indispensáveis para quem quer se destacar como social media design (Quadro 9).

Quadro 9 - Ferramentas de criação e design.

| FERRAMENTAS DE CRIAÇÃO E DESIGN | CARACTERÍSTICAS |
|---------------------------------|--|
| Canva | - plataforma fácil de usar para criar gráficos, posts e até vídeos; |
| Adobe Photoshop | - clássico para edição de imagens, ideal para criar visuais de alta qualidade; |
| Adobe Illustrator | - perfeito para criar ilustrações e gráficos vetoriais com precisão; |
| CorelDraw | - ótima opção para design gráfico, muito usado por profissionais para criar artes complexas. |

Fonte: Elaborada pelo autor com base no site do mLabs, 2024.

As ferramentas destacadas no Quadro 9 são essenciais para bibliotecários que desejam promover conteúdos de forma criativa. Com elas, é possível divulgar serviços, eventos e acervos das bibliotecas, fortalecendo a mediação da informação em ambientes digitais.

7.4 FERRAMENTAS DE ANÁLISE DE MERCADO

É impossível oferecer um conteúdo diferenciado no mercado sem saber o que seus concorrentes estão fazendo. Por isso, utilize ferramentas de análise de mercado na rotina como social media para garantir conteúdos de valor (Quadro 10).

Quadro 10 - Ferramentas de análise de mercado.

| FERRAMENTAS DE ANÁLISE DE MERCADO | CARACTERÍSTICAS |
|-----------------------------------|---|
| BuzzSumo | -: para descobrir quais conteúdos estão em alta e quem está falando sobre o que; |
| SEMrush | - ferramenta para análise de SEO e monitoramento de concorrentes; |
| Social Blade | - oferece insights sobre o crescimento e a performance de perfis em diferentes plataformas; |
| Google Trends | - para acompanhar o que está em alta em tempo real. |

Fonte: Elaborada pelo autor com base no site do mLabs, 2024.

As ferramentas apresentadas no Quadro 10 são essenciais para identificar tendências e avaliar a atuação de concorrentes. No contexto da Biblioteconomia, seu uso contribui para planejar conteúdos digitais mais estratégicos, ampliar a visibilidade das bibliotecas e fortalecer ações de curadoria e mediação da informação nas redes sociais.

7.5 FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Sim, a inteligência artificial chegou à produção de conteúdo para redes sociais, e pode te ajudar a aperfeiçoar processos, automatizar burocracias e economizar em mídias pagas. Conforme mostrado no Quadro 11.

Quadro 11 - Ferramentas de inteligência artificial.

| FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL | CARACTERÍSTICAS |
|--|--|
| ChatGPT | - para gerar ideias de conteúdo e até auxiliar na criação de textos; |
| Canva Magic Write | - ferramenta que usa IA para auxiliar na criação de textos e legendas; |
| Lately | - utiliza IA para gerar conteúdo a partir de posts anteriores; |
| Copy.ai | - ajuda a criar cópias de anúncios e conteúdos. |

Fonte: Elaborada pelo autor com base no site do mLabs, 2024.

As ferramentas apresentadas no Quadro 10 exemplificam o uso da inteligência artificial na produção de conteúdo digital. No âmbito da Biblioteconomia, seu uso pode contribuir para automatizar processos comunicacionais, otimizar a criação de textos e potencializar a mediação da informação em ambientes virtuais.

7.6 FERRAMENTAS DE GERAÇÃO DE RELATÓRIOS

Os relatórios são uma etapa importante para o sucesso de uma rede social — e para o trabalho do social media. Sem elas, fica difícil saber se você está indo na direção certa. Algumas das plataformas que oferecem esses resultados são o [Facebook Ads](#), o [Google Analytics](#) e a [DashGoo by mLabs](#). Com a [DashGoo](#), por exemplo (Quadro 12).

Quadro 12 - Ferramentas de geração de relatórios

| FERRAMENTAS DE GERAÇÃO DE RELATÓRIOS | CARACTERÍSTICAS |
|---|---|
| Relatórios personalizados | - mescle as fontes de dados que desejar, insira análises de texto entre gráficos e automatize o envio dos relatórios; |
| Indicadores de performance de anúncios | - gere dashboards de performance extraíndo dados do Facebook Ads, Google Ads e mais; |
| Dashboards para clientes | - além do envio dos relatórios por e-mail (ou via link), seu cliente terá acesso a um ambiente personalizado para acompanhamento dos dados em tempo real. |

Fonte: Elaborada pelo autor com base no site do mLabs, 2024.

O social media, enquanto gestor de redes sociais, utiliza habilidades relacionadas à criação de conteúdo, engajamento do público e monitoramento de tendências digitais. Ambos, bibliotecários e social media, precisam buscar aperfeiçoamentos e capacitações quanto ao uso de ferramentas tecnológicas para lidarem com as redes sociais, para promover o compartilhamento de informações e o engajamento de suas audiências.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os bibliotecários possuem as competências necessárias para atuar com excelência e credibilidade nas redes sociais, principalmente em meio a crescente onda de desinformação na internet e consequentemente nas redes sociais diante da dimensão e do seu enorme crescimento atualmente.

As principais habilidades que os bibliotecários possuem e como sua formação é relevante para esse novo campo de atuação, pode contribuir para a busca no manejo de informação existentes nessas plataformas digitais, haja vista, que o bibliotecário possuir a competência em informação que se cruza diretamente com a habilidade de comunicar, promover e dialogar com os usuários, além de suas funções de mediar e organizar e tornar a informação mais acessível.

Essa pesquisa partiu da hipótese de que para o bibliotecário se tornar um profissional habilitado a trabalhar com mídias sociais, ser apenas um mero usuário das redes aqui levantadas, não seria suficiente, haja vista, que é necessário ter o domínio e as habilidades para uso das ferramentas de tecnologias digitais da informação e comunicação – TDIC, como: *Hardwares, Softwares, aplicativos e IA's*, das quais foram confirmadas e mencionadas nos dados da pesquisa.

As principais limitações desse trabalho fora: a barreira linguística por conta de artigos em língua estrangeira, os diversos periódicos de acesso fechado e a escassez de literatura sobre a competência do bibliotecário como social media, prejudicando em certa forma o aprofundamento da pesquisa.

Como sugestão, destacam-se as necessidades dos Cursos ofertarem componentes curriculares que contemplem o uso das mídias sociais, promovendo a formação dos novos bibliotecários no domínio de tais ferramentas.

Ratificamos a oferta de treinamentos, cursos, oficinas, palestras para essas novas tendências tecnológicas nas universidades, a fim de promover a formação continuada, facilitando a entrada do bibliotecário nesse novo mercado de trabalho.

Desta forma, o bibliotecário e o social media, compartilham várias semelhanças em suas funções no ambiente digital, apesar de suas diferenças de formação e foco, ambos atuam como mediadores de informação, utilizando plataformas digitais para disseminar conhecimento e interagir com seus públicos, sendo essenciais em uma sociedade cada vez mais conectada.

Registramos a necessidade de mais estudos voltados para a área da competência em informação em mídias e do bibliotecário como social media, pois, acreditamos que dessa forma ampliam-se a visão do bibliotecário para que possam se apropriar desse novo campo de atuação, assim como, expandir a temática dentro do escopo da Biblioteconomia.

Partindo para a Biblioteconomia, a pesquisa apresenta a possibilidade de um novo campo de atuação para o bibliotecário, como também, ampliar o leque de oportunidades de trabalho por meio do empreendedorismo, o bibliotecário saindo da graduação com essas habilidades, poderá atuar como “bibliotecário de mídias sociais” (termo sugerido) prestando serviços de forma autônoma para unidades informacionais, empresas públicas e privadas e até mesmo pessoas físicas e jurídicas.

Ao final, espera-se que este trabalho contribua para uma reflexão sobre o papel do bibliotecário, frente a esses novos desafios, a fim de ampliar o seu campo de atuação, tendo em vista, a importância de sua formação contínua em um mundo em constante transformação.

Espera-se com esse estudo ter contribuído para a área da Biblioteconomia, tendo em vista o mundo cada vez mais globalizado e a exigência de profissionais cada vez mais

habilitados e conscientes do seu papel no meio social, especialmente em um cenário digital que demanda competências tecnológicas e habilidades de comunicação eficientes.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, N. B. F.; BAPTISTA, S. G. Profissional da informação: imagem, perfil e a necessidade da educação continuada. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, v. 2, n. 2, n. 2, 2009. Disponível em: <https://brapci.inf.br/#/v/71742>. Acesso em: 25 out. 2024.

ANNA, J. S. O bibliotecário em face das transformações sociais: de guardião a um profissional desinstitucionalizado. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, v. 20, n. 1, p. 138 – 157, ago./set. 2015. Disponível em: https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/985/pdf_118. Acesso em: 25 out. 2024.

AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION. **Report of the Presidential Committee on information literacy**: Final Report. [S. l.], 1989. Disponível em: <http://www.ala.org/acrl/nil/ilit1st.html>. Acesso em: 11 set. 2024.

AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION (ALA). **Information Literacy Competency Standards for Higher Education**. Chicago, 2000. Disponível em: <https://alair.ala.org/server/api/core/bitstreams/ce62c38e-971a-4a98-a424-7c0d1fe94d34/content>. Acesso em: 23 out. 2024.

BAPTISTA, Dulce Maria. Entre a informação e o sonho: o espaço da biblioteca contemporânea. **Informação & Sociedade**: Estudos, João Pessoa, v. 1, p. 19-27, jan./abr. 2009. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/1869/2684>. Acesso em: 23 set. 2024.

BAUMAN, Z. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013.

BRUCE, Christine. Seven Faces of Information Literacy. **Faculty of Information Technology**. 2003. Disponível em: <https://kennison.name/files/zopestore/uploads/libraries/bruce-7-faces.pdf>. Acesso em: 23 set. 2024

CAMPELLO, Bernadete. O movimento da competência informacional: uma perspectiva para o letramento informacional. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n. 3, p. 28-37, set./dez. 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/212553/E-book%20Compet%c3%aancia%20em%20informa%c3%a7%c3%a3o%2031ago20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 04 set. 2024.

CAREGNATO, Sônia Elisa. O desenvolvimento de habilidades informacionais: o papel das bibliotecas universitárias no contexto da informação digital em rede. **Revista de Biblioteconomia & Comunicação**, Porto Alegre, v. 8, p. 47-55, jan./dez. 2000. Disponível em:

<https://cedap.ufrgs.br/xmlui/bitstream/handle/20.500.11959/137/v8a3.pdf?sequence=4&isAllowed=y>. Acesso em: 11 de set. 2024.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (v.1; A era da informação: economia, sociedade e cultura).

DATAREPORTAL. **5 billion social media users**. Disponível em: https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-5-billion-social-media-users?utm_source=Global_Digital_Reports&utm_medium=Analysis_Article&utm_campaign=Digital_2024&utm_content=Digital_2024_Analysis_And_Review. Acesso em: 23 out. 2024.

DATAREPORTAL. **Digital 2024: Brazil**. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 23 out. 2024.

DATAREPORTAL. **Digital 2024 October Global Statshot Report**. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-october-global-statshot>. Acesso em: 23 out. 2024.

DICIONÁRIO ELETRÔNICO ORIGEM DA PALAVRA. Disponível em: <https://origemdapalavra.com.br/palavras/competencia/>. Acessado em: 04 set. 2024.

DOLZ, Joaquim; OLLAGNIER, Edmée (org.). **O enigma da competência em educação**. Tradução Cláudia Schilling. – 1º. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004. 232 p. ISBN 978-8536301945. Disponível em: <https://dlm.fflch.usp.br/sites/dlm.fflch.usp.br/files/0%20enigma%20da%20compet%C3%A7%C3%A3o%20em%20educa%C3%A7%C3%A3o%20-%20Dolz.pdf>. Acesso em: 02 set. 2024.

DOYLE, C. **Information literacy in information society**: a concept for the information age. NY: ERIC Clearinghouse on Information & Technology; Universidade de Syracuse, 1994. Disponível em: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED372763.pdf>. Acesso em: 16 set. 2024.

FREIRE, Isa Maria (org.). Dez Anos do LTI - Laboratório de tecnologias Intelectuais. IN: FREIRE, Isa Maria. **MIDIATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO: De olho na CI**. João Pessoa-PB: Editora UFPB, 2020. p. 175-188. ISBN 978-85-237-1512-0.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana L. de Alexandria. – 2º. ed. atual. São Paulo: ALEPH, 2009. 428 p. ISBN 978-85-7657-084-4.

KABAKUS, Ahmet Kamil; BAHCEKAPILi, Ekrem; AYAZ, Ahmet. The effect of digital literacy on technology acceptance: An evaluation on administrative staff in higher education. **Journal of Information Science**. p. 01 – 12, 15 mar. 2023. DOI: [10.1177/01655515231160028](https://doi.org/10.1177/01655515231160028) Disponivel em: https://www.researchgate.net/publication/369268579_The_effect_of_digital_literacy_on_technology_acceptance_An_evaluation_on_administrative_staff_in_higher_education Acessado em: 22 out. 2024.

KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business horizons**, Kelley School of Business, Paris, França, ano 2009, v. 53, ed. 1, p. 59 - 68, 13 out. 2009. DOI <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media. Acesso em: 10 out. 2024.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva M. **Fundamentos de Metodologia Científica** . 9ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. *E-book*. pág.4. ISBN 9788597026580. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597026580/>. Acesso em: 29 out. 2024.

PALETTA, Francisco Carlos. PROFISSIONAL DA INFOMAÇÃO E ATRANSFORMAÇÃO 4.0: competências digitais e o mercado de trabalho na sociedade em rede. In: FREIRE, Isa Maria (org.). **Dez Anos do LTI - Laboratório de tecnologias Intelectuais**. João Pessoa-PB: Editora UFPB, 2020. p.43-68. ISBN 978-85-237-1512-0.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/mídias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Científico.pdf>. Acesso em: 18 out. 2024.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. O moderno profissional da informação: formação e perspectiva profissional 10.5007/1518-2924.2000v5n9p16. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 9, 2000. Disponível em: <https://brapci.inf.br/#/v/34299>. Acesso em: 23 set. 2024.

VITORIANO, Elizete Vieira; PIANTOLA, Daniela. **Competência em informação**: conceito, contexto histórico e olhares para Ciência da Informação. Florianópolis: Editora da UFSC, 2019. 205 p. : il., tabs p. ISBN 978-85-328-0840-0.

Social media é profissão?: Papo Social Media. [S. l. : s. n.], 2024. 1 video (47 min). **Publicado pelo canal mLabs**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gVZmbAEVW2Y&list=PL222rbxXQYykpkwSv9z3nwciHWN7eGxtH&index=7>. Acessado em: 10 out. 2024.

WERTHEIN, Werthein. A sociedade da informação e seus desafios. **Ciência da Informação**, v. 2, 2000. Disponível em: <https://brapci.inf.br/#/v/21427>. Acesso em: 04 set. 2024.

ZURKOWSKI, Paul. G. **The Information Service Environment Relationships and Priorities**. Washington, DC: National Commission on Libraries and Information Science, 1974. Disponível em: <https://bit.ly/3jjgr8I>. Acesso em: 11 set. 2024.