

## **A Missão social da biblioteca pública na rede social Facebook:**

### **Análise dos resultados do questionário aos profissionais das bibliotecas públicas portuguesas**

#### **Luísa Alvim**

Universidade de Évora – CIDEHUS, Évora, Portugal

Largo do Marquês de Marialva, n.º 8 Apartado 94 7000-809 Évora – Portugal

[luisaalvim@uevora.pt](mailto:luisaalvim@uevora.pt)

#### **José António Calixto**

Universidade de Évora – CIDEHUS, Évora, Portugal

Largo do Marquês de Marialva, n.º 8 Apartado 94 7000-809 Évora – Portugal

[jcalixto@uevora.pt](mailto:jcalixto@uevora.pt)

#### **Resumo**

Esta comunicação descreve as opiniões dos responsáveis das bibliotecas públicas portuguesas com página/perfil no Facebook sobre o cumprimento da missão social da biblioteca pública através desta rede social. Este trabalho está inserido numa investigação mais extensa cujo objetivo geral é contribuir para uma reflexão sobre o tema *Missão social da Biblioteca Pública*, investigando esta faceta no comportamento das bibliotecas públicas portuguesas e analisando como a trabalham no Facebook. Utilizou-se o inquérito por questionário que se realizou a 99 profissionais e aos responsáveis pela administração/edição das páginas do Facebook das bibliotecas públicas portuguesas, por correio eletrónico, em março de 2014, concebidos no software em linha eSurvey Creator. Os dados quantitativos não são apresentados neste trabalho. Apresentam-se os resultados referentes a uma das duas perguntas abertas. Estas respostas foram sujeitas a análise de conteúdo com o apoio do software para análise qualitativa WebQDA. As respostas sobre a opinião dos inquiridos acerca da questão permitem destacar as categorias temáticas, em primeiro lugar a Comunicação, seguida da área da Ação social, da Informação, da Criação de Comunidade e em último lugar a área do Marketing. As opiniões revelam uma visão pouco definida sobre o conceito de missão social da biblioteca pública e sobre as potencialidades estratégicas do Facebook para o cumprimento desta missão. Destaca-se a opinião de alguns responsáveis de bibliotecas que afirmam que não é o Facebook em si que faz cumprir a missão social, mas a compreensão da rede enquanto meio para cumprir essa missão. Assim, o Facebook é um meio que possibilita o desenvolvimento da missão. Dos dados obtidos emergem várias preocupações e interrogações da parte dos responsáveis das bibliotecas sobre a utilização do Facebook nesta missão social.

**Palavras-chave:** Missão social da biblioteca pública; Bibliotecas públicas; Portugal; Facebook; Questionário.

#### **Abstract**

This paper describes the opinions of the leaders of the Portuguese public libraries page/Facebook profile on the fulfillment of the social mission of the public library through this social network. This work is set in a more extensive investigation whose main purpose is to contribute to a reflection on the theme *The Social Mission of the Public Library*, investigating this aspect in the behavior of the Portuguese public libraries and analyzing how they work it on Facebook. We used the questionnaire survey that was carried out to 99 professionals and to those responsible for managing/ editing of the Facebook pages of the Portuguese public libraries, by e-mail in March 2014, designed in the online software eSurvey Creator. Quantitative data are not presented in this paper. We present the results

of one of the two open questions. These answers were subjected to content analysis through the support of the software for qualitative analysis WebQDA. The answers about the opinion of the respondents on the question allow to highlight the thematic categories, firstly the Communication, then the Social area, Information, Community Creation and finally in the area of Marketing. The opinions reveal a poorly defined vision of the concept of social mission of the public library and on the strategic potential of Facebook to accomplish this mission. There is the opinion of some of the libraries responsables who say it is not Facebook itself that enforces social mission, but the understanding of the network as a mean to accomplish this mission. Therefore, Facebook is a mean which enables the development of the mission. From the data obtained emerge several concerns and questions of those in charge of libraries on the use of the Facebook in this social mission.

**Keywords:** Social Mission of the Public Library; Public Libraries; Portugal; Facebook; Questionnaire.

## Introdução

Nos documentos orientadores sobre as missões da biblioteca pública, e na literatura científica da área da Biblioteconomia e da Ciência da Informação, enunciam-se referências a diversos tipos de missão, a informativa, a educativa, a recreativa e a cultural, no entanto as referências à missão social são escassas. Apesar das bibliotecas, enquanto serviços de informação, pretenderem colaborar no desenvolvimento da sociedade, constata-se uma falta de reflexão sobre o compromisso social da biblioteca e sobre as ações que legitimam o seu contributo na realização desta missão. Mesmo existindo declarações de intenção e documentos orientadores para a missão em geral, as bibliotecas públicas, as organizações que as detêm, os profissionais necessitam de mais plataformas teóricas que defendam e discutam quais os valores para a conduta prática da biblioteca pública, quais as políticas que devem orientá-la na condução para o bem comum, pela defesa da democracia, pela inclusão social, etc.

O ideário do Manifesto sobre Bibliotecas Públicas, apresentado pela IFLA/UNESCO (1994b), apontou doze missões chave para a biblioteca pública, uma carteira de *constructos sociais*, uma síntese e combinação de vários elementos que potenciam a sua intervenção na comunidade e que constroem o valor social da biblioteca, tendo como base os direitos humanos. No coração do movimento pelas bibliotecas públicas está a ideia de uma sociedade de informação justa que garante a todos, incluindo os desfavorecidos, o acesso à informação, às ideias e às obras da imaginação. Acredita-se que é urgente e necessário acrescentar a esta missão tradicional de recolher, conservar, difundir e mediar a informação, a defesa dos valores democráticos, de cidadania, de inclusão social e digital.

No mundo contemporâneo, com tantas dificuldades económicas e a crise do Estado social por toda a Europa, torna-se pertinente debater a biblioteca pública acentuando a sua missão social. O Estado desinveste nos serviços públicos e esta missão social vai-se atenuando. Encontram-se bibliotecas que por causa da recessão económica têm orçamentos reduzidos, menos recursos humanos, atividades culturais e coleções desatualizadas. Observou-se pela quantidade de estudos e relatórios que surgiram em vários países que a crise económica mundial, desde 2008, obrigou à reflexão e ao estudo sobre as atividades das bibliotecas e a redefinição da sua estratégia intensificando a valorização da missão social. Em Portugal, com o agravamento da crise social e económica, desde 2011, constatou-se a inexistência de estudos académicos ou outros sobre esta temática relacionada com a biblioteca pública, excetuando os trabalhos de Bezerra (2011), Calixto, Nunes, Freitas, & Dionísio (2012), Alvim & Calixto, (2013b), Alvim & Calixto (2013a) e Arruda (2013).

Esta comunicação está incluída numa investigação para doutoramento cujo objetivo geral foi a contribuição para uma reflexão sobre o tema *missão social da biblioteca pública*, investigando este tema nas perceções dos responsáveis das bibliotecas públicas portuguesas em 2014 e analisando como a trabalham na rede social Facebook. O objetivo específico para o trabalho que aqui se apresenta diz respeito à recolha, descrição e discussão das opiniões dos responsáveis das bibliotecas públicas portuguesas sobre o cumprimento da missão social da biblioteca pública no Facebook.

Através da revisão da literatura sobre o tema da *missão social da biblioteca pública* extraíram-se conceitos associados ao tema que deram origem ao questionário, que se colocou aos responsáveis das bibliotecas, e à matriz categorial, que se aplicou na análise de conteúdo à resposta aberta (Audunson,

2006; Aabø & Audunson, 2012; Calixto 2005; Calixto, Nunes, Freitas, & Dionísio, 2012; Gómez Hernández, Castillo Fernández, & Quílez Simón, 2010; Hernández Pedreno, 2010; Nunes, 2003; Pateman, 2011; Varheim, 2008a; Varheim, 2014; Usherwood, 1999).

## **Métodos**

Existe uma grande variedade de estudos descritivos designados pelo termo inglês *Survey*, vulgarmente designado por *Inquérito*. Neste trabalho escolheu-se o questionário para proceder à recolha de opiniões aos profissionais e aos responsáveis pela administração/edição das páginas do Facebook das bibliotecas públicas portuguesas por correio eletrónico.

Colocaram-se duas perguntas de tipo aberto a todos os responsáveis das bibliotecas e gestores das páginas do Facebook, para obter respostas de modo que possam ser descritas, comparadas e relacionadas (Quivy & Campenhoudt, 1995) e que permitiram ao inquirido decidir o teor da resposta e descrever a sua opinião sobre o assunto e refletiram em geral a riqueza e a complexidade da sua posição pessoal (Moore, 2006; Hill & Hill, 2002).

Nesta comunicação não são apresentados nem discutidos os resultados às perguntas de tipo fechado com questões de escolha múltipla e oferta de uma tabela de avaliação que dizem respeito à identificação e caracterização da biblioteca quanto aos recursos humanos e utilização das ferramentas da Web 2.0, as opiniões dos responsáveis das bibliotecas sobre a presença da biblioteca pública no Facebook e a opinião sobre a missão social da biblioteca pública no Facebook mediante facetas sociais que se colocou para avaliação.

O questionário foi criado no sistema eSurvey Creator (2013) em linha, num interface intuitivo que facilitou o trabalho e deu suporte para uma ampla aplicação na web de forma rápida e gratuita. Foi divulgado o seu endereço Web pelo correio eletrónico do Facebook, depois de um primeiro contacto com os responsáveis das bibliotecas públicas (com página/perfil na rede social,) por correio eletrónico oficial relatando o propósito da investigação e solicitando a sua colaboração com a resposta ao questionário.

Após o prazo de entrega do questionário em linha, as respostas aos questionários foram tornadas anónimas e procedeu-se à análise de conteúdo das mesmas que se realizou cuidadosamente e com procedimentos adequados (Moore, 2006), com o apoio o software para análise qualitativa WebQDA (Esfera Crítica & Universidade de Aveiro, 2012). O software dá apoio à análise de dados qualitativos, possibilitando ao utilizador editar, visualizar, interligar e organizar documentos. A sua organização estrutural e funcional é feita através de uma estrutura básica dividida em três partes 1) Fontes - inserção e organização dos dados, neste caso de texto; 2) Codificação - criar as dimensões, primeiro categorias e depois indicadores, sejam elas interpretativas ou descritivas; 3) Questionamento - conjunto de ferramentas que ajudam o utilizador a questionar os dados, com base na configuração atribuída nos pontos 1) e 2).

Para manter a identificação dos inquiridos e das bibliotecas de forma anónima, os inquiridos foram numerados pela ordem da resposta ao questionário e referenciados neste trabalho sempre por este número. As citações das respostas à questão aberta são mencionadas pela letra I (Inquirido) a anteceder o número atribuído.

## **Resultados e discussão**

Os respondentes ao questionário são 99 responsáveis de bibliotecas públicas que têm presença no Facebook (2014). Estas bibliotecas representam um universo de 33% de todas as bibliotecas públicas portuguesas (RNBP, bibliotecas públicas municipais e patrimoniais), distribuem-se por várias regiões geográficas de Portugal Continental e Ilhas e correspondem a várias tipologias de bibliotecas.

Quanto à filiação das bibliotecas públicas, obtêm-se os resultados patentes no gráfico 1.



Gráfico 1: Bibliotecas públicas em Portugal com página/perfil no Facebook por tipologia

Não se pode comparar o número de bibliotecas públicas no Facebook obtido em 2014 com os dados dos diversos Relatórios Estatístico Rede Nacional de Bibliotecas Públicas dos anos 2011, 2012 e 2013 (Portugal. Secretaria de Estado da Cultura. Direção-Geral do Livro dos Arquivos e das Bibliotecas, 2012; Portugal. Secretaria de Estado da Cultura. Direção-Geral do Livro dos Arquivos e das Bibliotecas, 2013b; Portugal. Secretaria de Estado da Cultura. Direção-Geral do Livro dos Arquivos e das Bibliotecas, 2014). Os relatórios indicaram os totais de participação nas redes sociais do Facebook conjuntamente com o Twitter.

Colocou-se aos inquiridos uma questão aberta sobre o que pensavam da utilização do Facebook pela biblioteca no exercício da sua missão social e como a biblioteca a podia cumprir. Obtiveram-se 56 respostas (57%), todas positivas, das quais 32 possuem uma fundamentação sobre como cumprir a missão social.

Da análise de conteúdo às respostas, com o apoio do software WebQDA, construiu-se uma matriz de classificação categorial que se apresenta na tabela 1.

<b>Questão: Pensa que a utilização do Facebook pela biblioteca permite cumprir melhor a sua missão social? Como?</b>	
<b>Categoria</b>	<b>Subcategoria</b>
<b>Informação</b>	Informar em geral/partilhar informação
<b>Marketing</b>	Divulgar atividades/iniciativas/serviços
	Captar novos públicos/fidelizar
<b>Comunicação</b>	Interagir biblioteca com comunidade-utilizador
	Comunicar com públicos diversos
	Comunicar gratuitamente
	Comunicar com público que não se desloca à biblioteca
<b>Criação de Comunidade</b>	Aproximar biblioteca da comunidade
	Informar e divulgar conteúdos/iniciativas/atividades de interesse local
	Proporcionar familiaridade entre biblioteca e utilizador
<b>Ação social</b>	Divulgar campanhas de solidariedade
	Divulgar projetos sociais
	Aumentar a consciência democrática
	Inclusão social no espaço virtual
	Melhorar contexto social/económico/cultural atual

Tabela 1: Matriz categorial para as respostas

Das 56 respostas a esta questão, obtiveram-se 24 respostas com uma palavra/frase afirmativa: “sim”, “sem dúvida”, “Penso que sim”, etc. As outras 32 respostas são também afirmativas e apresentam uma fundamentação.

No Gráfico 2 observa-se o número de ocorrências nos resultados e constata-se a distribuição das respostas nas várias categorias temáticas: em primeiro lugar a área de Comunicação com 23

ocorrências nas respostas, a área da Ação social com 11 ocorrências, a Informação com 10 ocorrências, a Criação de Comunidade com 9 ocorrências e a área do Marketing com 6 ocorrências.

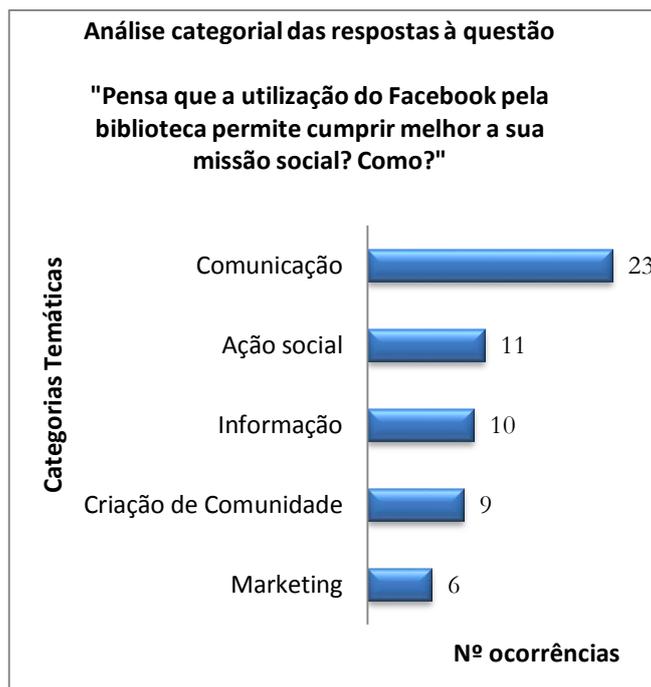


Gráfico 2: Análise categorial das respostas à questão

A distribuição das ocorrências nas respostas classificadas em subcategorias das categorias principais temáticas é visualizada no gráfico 3, gráfico 4, gráfico 5 e gráfico 6.

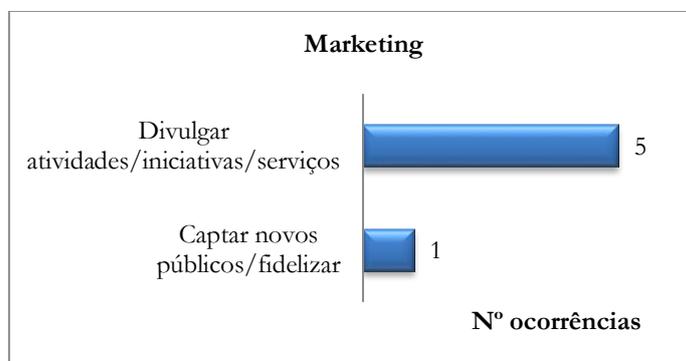


Gráfico 3: Análise subcategorial da categoria Marketing



Gráfico 4: Análise subcategorial da categoria Comunicação

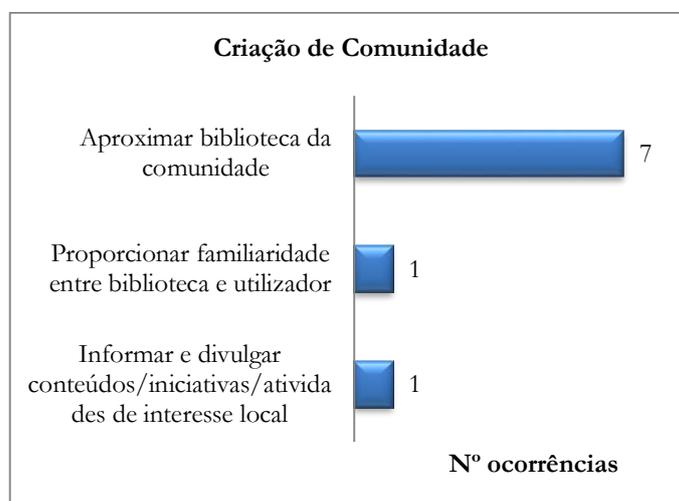


Gráfico 5: Análise subcategorial da categoria Comunidade

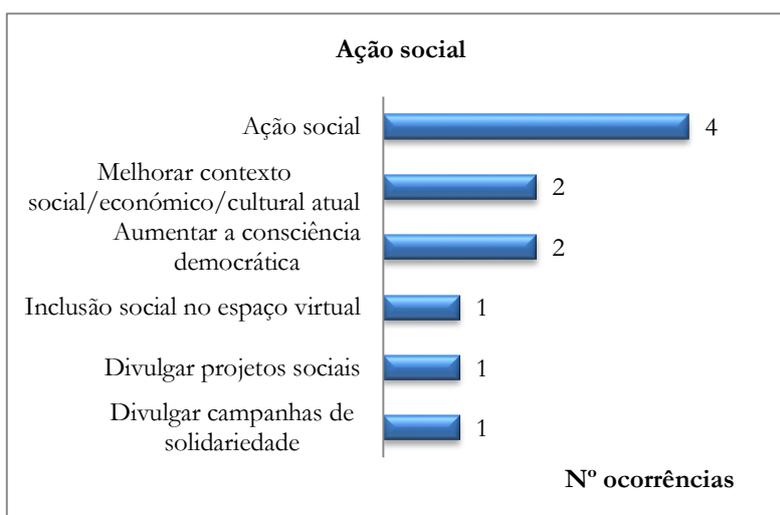


Gráfico 6: Análise subcategorial da categoria Ação Social

Os totais comparativos de todas as categorias são observados no gráfico 7. Neste gráfico destacam-se as respostas dos inquiridos que afirmam que a utilização do Facebook para cumprir a missão social

da biblioteca pública realiza-se através das ações: *Informar em geral/partilhar informação* (10 ocorrências), *Comunicar com públicos diversos* (9 ocorrências), *Aproximar biblioteca da comunidade* e *Interagir biblioteca com comunidade-utilizador* e *Comunicar com público que não se desloca à biblioteca* (6 ocorrências), *Divulgar atividades/iniciativas/serviços* (5 ocorrências), *Ação social* (4 ocorrências), *Melhorar contexto social/económico/cultural atual* e *Aumentar a consciência democrática* e *Comunicar gratuitamente* (2 ocorrências). Com 1 ocorrência em cada subcategoria: *Inclusão social no espaço virtual*, *Divulgar projetos sociais*, *Divulgar campanhas de solidariedade*, *Proporcionar familiaridade entre biblioteca e utilizador*, *Informar e divulgar conteúdos/iniciativas/atividades de interesse local* e *Captar novos públicos/fidelizar*.

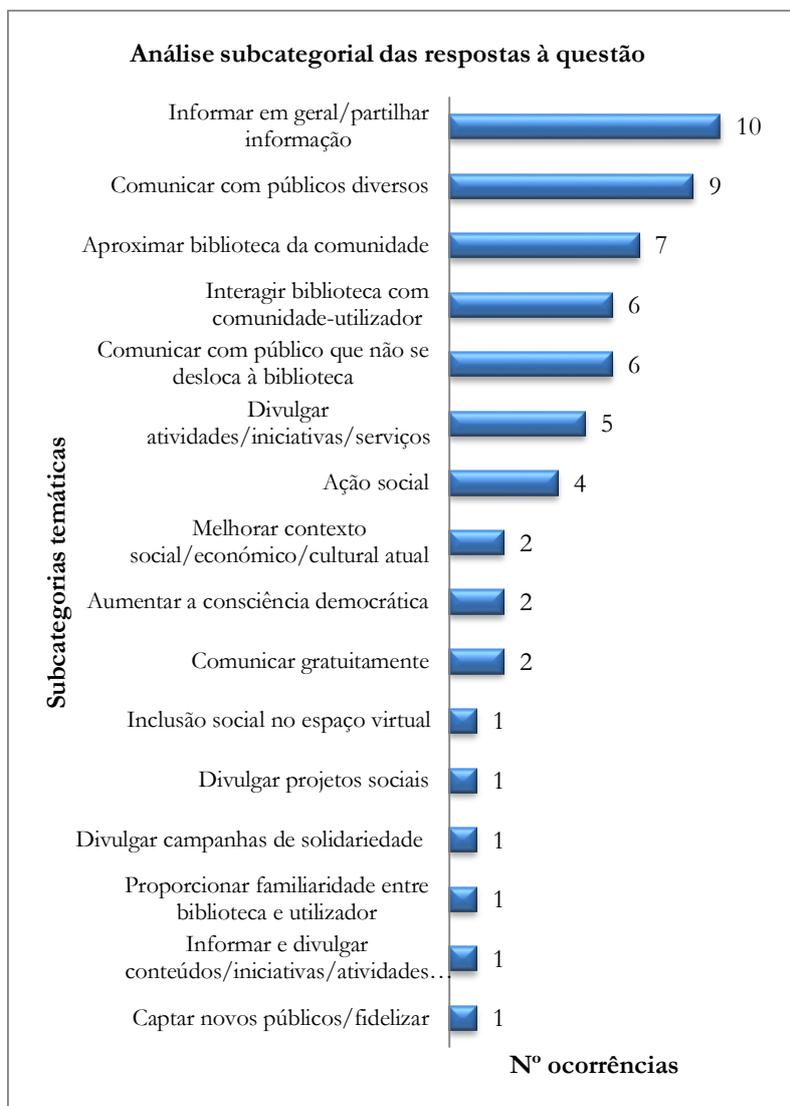


Gráfico 7: Análise subcategorial das respostas

Seguidamente apresentam-se as respostas exemplificativas das várias categorias e subcategorias. Em geral, as respostas revelam uma visão pouco definida sobre o conceito de missão social da biblioteca pública e sobre as potencialidades estratégicas do Facebook para o cumprimento desta missão.

No gráfico 2 nota-se uma tendência para a valorização da categoria de Comunicação, com as suas distintas facetas, como ferramenta principal para cumprir a missão social no Facebook. As facetas (de interação, a preocupação de atingir públicos diversos, a possibilidade de comunicar com públicos virtualmente, para combater a distância geográfica e a impossibilidade de frequência do espaço físico e serviços da biblioteca, a questão da gratuidade dos serviços) são o meio para melhorar o serviço e os objetivos da missão social, em detrimento das ferramentas de Informação (algumas das subcategorias ainda com alguma classificação) e do Marketing.

A subcategoria com bastantes ocorrências nas respostas pertence à categoria da *Informação* e é precisamente o item *Informar em geral/partilhar informação*. A acessibilidade à informação para todos é um conceito do Manifesto da Unesco, explícito no I77, mas latente nas respostas dos inquiridos. Esta premissa é a primeira oportunidade para biblioteca pública colaborar na melhoria da sociedade, na construção de cidadania, etc. A página/perfil do Facebook é um meio para as executar.

*“O Facebook é mais uma ferramenta de divulgação e disponibilização de informação...” (I53)*

*“... a biblioteca através da sua página no Facebook permite cumprir melhor a sua missão social dado que proporciona acessibilidade de conteúdos a todos aqueles que o pretendam.” (I32)*

*“De acordo com o Manifesto da Unesco para as Bibliotecas Públicas e porque a nossa Biblioteca, assim como a autarquia, é defensora da igualdade e da democracia, oferece a todos sem exceção, o direito à informação através de um leque generalista de recursos e o direito de usufruir dos produtos e serviços aqui desenvolvidos.” (I77)*

A facilidade de publicar e republicar informação no Facebook a partir de posts de outras páginas/perfis (por exemplo da página do município) é uma potencialidade utilizada pelas bibliotecas para contribuir para a missão social.

*“... só muito recentemente passamos a republicar iniciativas promovidas pela Câmara Municipal.” (I72)*

*“Dada a sua diversidade de aplicação e capacidade de replicar informação permite um trabalho facilitador de acesso a informação.” (I44)*

Nas respostas não é abordada a questão da exclusão digital, da impossibilidade de utilização do Facebook pelos potenciais públicos da biblioteca que por diversas razões não acedem à Internet, exceto nas respostas de I88, I92 e I97, que mais à frente são comentadas. O I97 já coloca a questão de que a presença e utilização do Facebook é uma forma de exclusão de alguns públicos potenciais da biblioteca.

*“O Facebook é um meio de disseminar informação de uma forma rápida e a custos reduzidos junto da população que utiliza esta rede social...” (I97)*

Retomando o gráfico 2, a categoria *Comunicação* é sem dúvida a mais citada como a melhor capacidade de fazer cumprir a missão social no Facebook, colocando na ação de interação o fundamento para se iniciar e cumprir a missão. Na subcategoria *Interagir biblioteca com comunidade-utilizador*:

*“... pois a interação em espaço virtual aumenta a visibilidade, logo a promoção dos serviços e actividades...” (I1)*

*“O Facebook ajuda a BP a cumprir a sua missão, enquanto ferramenta de comunicação da BP com a envolvente externa.” (I26)*

*“... permite uma interação mais aproximada entre todos, facilitando assim, a sua missão social.” (I89)*

A *Comunicação* é percebida por alguns dos inquiridos como sendo a solução para abranger os diversos públicos, tentando atingir grandes “massas com competência digital” (I63). Na subcategoria *Comunicar com públicos diversos*:

*“Muitos dos nossos leitores séniores gostam de utilizar a internet e a página da Biblioteca, pode ser um estímulo para interagirem.” (I35)*

*“O Facebook é um canal de comunicação e de divulgação para grandes massas com competência digital.” (I63)*

*“... pelo seu alcance de visitas o Facebook permite que a biblioteca seja conhecida e reconhecida quer pelos seus utilizadores, quer por outras pessoas. Permite que se chegue a quem nunca tinha vindo à biblioteca, encurtando as distâncias.” (I69)*

A gratuidade no acesso à comunicação pelo Facebook não é completamente uma realidade efetiva. Há custos inerentes à ligação à Internet e na aquisição de equipamentos para aceder ao Facebook. A gratuidade refere-se ao uso propriamente da rede social Facebook. Na subcategoria *Comunicar gratuitamente*, um inquirido referiu “o Facebook é um meio de disseminar informação de uma forma rápida e a custos reduzidos junto da população que utiliza esta rede social...” (I97).

A possibilidade das instituições em linha facultarem serviços e informação aos públicos impossibilitados de utilizar a biblioteca, através da utilização das ferramentas Web 2.0, é um benefício da utilização do Facebook. Um dos inquiridos afirma que “... é um meio de inclusão social para aqueles que por vezes só procuram este espaço, onde circulam livremente e onde encontram sempre algo para dizer e fazer.” (I77).

Para aqueles que não podem deslocar-se à biblioteca, o Facebook permite:

*“... pelo seu alcance de visitas ... permite que a biblioteca seja conhecida e reconhecida quer pelos seus utilizadores, quer por outras pessoas. Permite que se chegue a quem nunca tinha vindo à biblioteca, encurtando as distâncias.” (I69)*

*“Trata-se de um instrumento que bem utilizado pode permitir um maior alcance do papel das bibliotecas nomeadamente em termos de acessibilidade ao local físico.” (I92)*

*“... nessa medida, permite à biblioteca chegar junto de pessoas que por dificuldades motoras, por estarem hospitalizadas ou pela sua situação geográfica estão incapacitados temporariamente de vir à biblioteca desde que estas pessoas disponham de conta no Facebook e de ligação à Internet.” (I97)*

Alguns inquiridos respondem que não é o Facebook em si que faz cumprir a missão social, mas a compreensão da rede enquanto meio para cumprir essa missão. Assim, o Facebook é um meio que possibilita o desenvolvimento da missão:

*“O Facebook é um canal de comunicação e de divulgação para grandes massas com competência digital. Se bem construída a política de intervenção social da Biblioteca, a utilização do Facebook poderá contribuir para melhor divulgá-la e receber mais imediatamente o retorno da mesma. O Facebook em si mesmo não constrói a política de intervenção social.” (I63)*

*“A missão social da biblioteca fica muito mais salvaguardada com a utilização do Facebook.” (I22)*

*“No caso em concreto da Biblioteca Municipal [...] este instrumento tem-se traduzido - dito de uma forma simplista - em mais um meio de divulgação de atividades, sendo, em situações muito pontuais, um meio complementar no cumprimento de tarefas diversas que, no final, traduzem-se no alcançar das metas do papel social das bibliotecas públicas...” (I70)*

*“No caso da Biblioteca Municipal [...], penso que a utilização do Facebook é apenas uma ajuda para cumprir a nossa missão social.” (I84)*

Os inquiridos apresentam exemplos de cumprimento da missão social no contexto atual português: “... permite igualmente divulgar as nossas campanhas de solidariedade.” (I16); “... considerando os contextos socioculturais e económicos atuais, penso que é uma importante ferramenta de que as bibliotecas dispõem para cumprir a sua missão social.” (I4); “Dada a sua diversidade de aplicação e capacidade de replicar informação permite um trabalho facilitador de acesso a informação e projetos de índole social, que visam a inclusão de todos e para todos.” (I44); “Depende de vários fatores, nomeadamente o território onde a biblioteca pública esteja implantada. A realidade social, demográfica, económica, educacional, entre outras, são componentes que diferenciam logo à partida o impacto que determinada atividade e/ou ferramenta possa vir a ter nos resultados inicialmente previstos. As dinâmicas que estes espaços podem proporcionar aos seus utilizadores estão diretamente ligados a estas realidades, sendo que as redes sociais, nomeadamente o Facebook, não foge à regra.” (I70).

Só um dos inquiridos reforçou uma das ações do Manifesto da Unesco sobre a biblioteca pública (IFLA/UNESCO, 1994a) para contribuir para o estabelecimento da Democracia:

*“... medida em que permite o acesso à informação e às ideias, aumenta a capacidade do cidadão ser informado sobre questões de actualidade, aumentando também a sua consciência democrática, fortalecendo assim os pilares da Democracia.” (I41)*

Alguns dos inquiridos mostram sensibilidade à faceta da missão social *Criação de comunidade*. Esta faceta pressupõe o proporcionar familiaridade e proximidade entre a biblioteca e o utilizador, a comunidade em geral. Afirmam que no Facebook:

*“...conseguimos estar mais próximos dos nossos leitores podemos divulgar conteúdos e acontecimentos de interesse local (coisas simples como o corte do trânsito numa rua, um espectáculo gratuito, novos serviços de apoio).” (I35)*

*“É uma forma de chegar a mais pessoas e contribuir para a definição do importante papel da Biblioteca na comunidade.” (I86)*

Por fim, a categoria Marketing surge, no gráfico 2, com menos ocorrências. Os inquiridos não a valorizam como impulsora para o cumprimento da missão social. Acerca de *Divulgar atividades/iniciativas/serviços*:

*“Um dos nossos grandes objetivos ao usar o Facebook é a divulgação cultural da biblioteca e dos seus serviços, ou seja, a divulgação do livro e da leitura.” (I71)*

*“... limitando-nos a utilizar o Facebook como mais um meio de divulgação de atividades...” (I88)*

Alguns dos inquiridos indicam algumas preocupações e interrogações sobre a utilização do Facebook nesta missão social, demonstram uma consciência crítica face a alguns aspetos:

1. Gestão dos recursos humanos da biblioteca pública: adequação do número de administradores da página/perfil e formação:

*“Facebook pode ser um meio para atingir alguns objetivos nesta área. Na Biblioteca Municipal esta possibilidade é muito reduzida pois o Facebook não é alimentado diariamente [...]. A Biblioteca municipal [...] tem poucos amigos no Facebook pois não tem recursos humanos com formação adequada em ferramentas 2.0...” (I72)*

*“Penso que é uma ferramenta preciosa para cumprir a missão social da Biblioteca e, nesse sentido, era necessário a Biblioteca Municipal [...] ter um número de funcionários mais alargado, que permitisse uma maior ação neste domínio.” (I78)*

2. Falta de políticas de intervenção social e de uma esclarecida missão social para a biblioteca pública e para a edição de conteúdos relativos a esta missão no Facebook:

*“No caso em concreto da Biblioteca Municipal [...] este instrumento tem-se traduzido - dito de uma forma simplista - em mais um meio de divulgação de atividades, sendo, em situações muito pontuais, um meio complementar no cumprimento de tarefas diversas que, no final, traduzem-se no alcançar das metas do papel social das bibliotecas públicas. Em resumo: em bibliotecas do interior as missões / tarefas cumprem-se com maior eficácia e melhores resultados com o relacionamento presencial entre as partes.” (I70)*

*“O Facebook é um canal de comunicação e de divulgação para grandes massas com competência digital. Se bem construída a política de intervenção social da Biblioteca, a utilização do Facebook poderá contribuir para melhor divulgá-la e receber mais imediatamente o retorno da mesma. O Facebook em si mesmo não constrói a política de intervenção social.” (I63)*

3. Consciência que a presença da biblioteca pública no Facebook pode ser melhor e abarcar outras áreas:

*“No caso da Biblioteca Municipal, penso que a utilização do Facebook é apenas uma ajuda para cumprir a nossa missão social. Reforça algumas ligações, mas sinto que não exploramos ao máximo e os nossos utilizadores também não (no sentido de relação com a Biblioteca).” (I84)*

*“... considerando o público que utiliza esta rede social e não esquecendo todos os que não a utilizam. Consideramos que não temos explorado as suas oportunidades, limitando-nos a utilizar o Facebook como mais um meio de divulgação de actividades, tal como fazemos com o blog ou através da página web. Por sua vez, os leitores não têm manifestado grande interesse em fazer comentários, quer no blog quer através do Facebook, talvez porque os leitores facilmente se dirigem à biblioteca e interagem connosco pessoalmente, ou simplesmente porque não os motivamos para interagir. Na verdade, também não temos dado prioridade à melhor utilização deste meio, continuando a investir no trabalho que promove o contacto directo com o público [...] Como a nossa utilização do Facebook é pouco interactiva, certamente demos respostas que vão mais no sentido do que parece importante e não tanto do que se faz ou poderia fazer.” (I88)*

4. A utilização do Facebook pela biblioteca não permite atingir todos os públicos e acentua o problema da exclusão digital:

*“Trata-se de uma ajuda importante nomeadamente quando se atinge a comunidade que está no Facebook, no entanto há que considerar aqueles que não estão nessa comunidade pelas mais variadas razões.” (I92)*

*“Relativamente aos setores mais desfavorecidos economicamente estes na maior parte dos casos só podem utilizar o Facebook desde que os municípios ou outras instituições garantam o acesso gratuito à Internet, o que felizmente acontece na própria biblioteca municipal, nas escolas, e nos espaços Internet., Na minha opinião alcance da missão social da biblioteca depende muito mais das ações que esta se propõem realizar do que dos meios que utiliza para divulgar aquilo que faz.” (I97)*

Termina-se esta análise das respostas à questão em aberto colocada no questionário com uma nota muito positiva sobre a perceção dos inquiridos acerca das oportunidades da utilização do Facebook pelas bibliotecas públicas.

## **Conclusões**

Conclui-se que os responsáveis das bibliotecas demonstram uma tendência para a valorização da categoria Comunicação como ferramenta principal para cumprir a missão social no Facebook. As facetas associadas à Comunicação (de interação, a preocupação de atingir públicos diversos, a possibilidade de comunicar com públicos virtualmente para combater a distância geográfica e a impossibilidade de frequência do espaço físico e dos serviços da biblioteca, a questão da gratuidade dos serviços) são o meio para melhorar o serviço e os objetivos da missão social, em detrimento das categorias de Informação e do Marketing. As categorias de Criação de Comunidade (aproximar a biblioteca da comunidade, informar e divulgar conteúdos/iniciativas/atividades de interesse local, proporcionar familiaridade entre biblioteca e utilizador) e a categoria Ação Social (divulgar campanhas de solidariedade, divulgar projetos sociais, aumentar a consciência democrática, inclusão social no espaço virtual, melhorar o contexto social/económico/cultural atual) não são reconhecidas como prioridades na ação da missão social que as bibliotecas públicas realizam no Facebook.

Os inquiridos revelam nestas respostas uma visão pouco definida sobre o conceito de missão social da biblioteca pública e sobre as potencialidades estratégicas do Facebook para o cumprimento desta missão. No entanto, destaca-se a opinião de alguns responsáveis de bibliotecas que afirmam que não é o Facebook em si que faz cumprir a missão social, mas a compreensão da rede enquanto meio para cumprir essa missão. Assim, o Facebook é um meio que possibilita o desenvolvimento da missão. Nas respostas ao questionário emergem preocupações e interrogações dos responsáveis das bibliotecas sobre a utilização do Facebook nesta missão social. Os responsáveis colocam problemas válidos e demonstram uma consciência crítica face a alguns aspetos, como por exemplo, a falta de políticas de intervenção social e de uma esclarecida missão social para a biblioteca pública e para a edição de conteúdos relativos a esta missão no Facebook, e a acentuação da exclusão digital com a utilização do Facebook pela biblioteca.

A questão da desvalorização da missão social da biblioteca pública pelos profissionais portugueses já foi levantada nas conclusões do 13º Encontro Rede Nacional de Bibliotecas Públicas (Calixto, 2012), realizado em Portugal, que apontavam para uma desvalorização desta missão. No futuro será necessário investigar se os resultados obtidos no questionário com as opiniões sobre a missão social

da biblioteca pública são fruto da formação profissional inadequada ou da falta de consciência social dos responsáveis das bibliotecas públicas, que ainda estão muito centrados nos temas da Comunicação em detrimento dos temas associados à Criação de Comunidade e Ação Social.

Para a tomada de conhecimento global sobre a opinião dos responsáveis das bibliotecas públicas e o cumprimento da missão social no Facebook é necessário acrescentar a esta comunicação as conclusões do trabalho de investigação (Alvim & Calixto, 2015) para compreender a totalidade do questionário e a observação realizada nas páginas/perfis e sítios Web das bibliotecas públicas.

### Referências bibliográficas

- Aabø, S., & Audunson, R. (2012). Use of library space and the library as place. *Library and Information Science Research*, 34(2), 138–149.
- Alvim, L., & Calixto, J. (2013a). Public Libraries, the crisis of the Welfare State and the social networks: the Portuguese case. In *79th IFLA General Conference and Assembly, Singapura*. Retrieved from <http://library.ifla.org/43/1/084-alvim-en.pdf>
- Alvim, L., & Calixto, J. (2013b). The social function of the public library in the world of social networks and of the crisis of the Welfare State. In *5th International Conference on Qualitative and Quantitative Methods in Libraries, Roma, Itália*. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10174/8666>
- Alvim, L., & Calixto, J. (2015). As Perceções dos responsáveis das bibliotecas públicas portuguesas sobre a missão social da biblioteca pública no Facebook. In *12º Congresso Nacional BAD*. Retrieved from <http://www.bad.pt/12congresso/?session=sessao-de-comunicacoes-2>
- Arruda, I. (2013). *Desafios da biblioteca pública na era da informação: estudo comparativo realizado no Porto, Portugal e em Belém, Brasil*. Tese de doutoramento apresentada à Universidade do Porto.
- Audunson, R. (2006). *PLACE – Public Libraries – arenas for citizenship*. Retrieved from <https://www.cristin.no/as/WebObjects/cristin.woa/wa/presentasjonVis?pres=288092&type=PROSJEKT>
- Bezerra, F. (2011). *A Biblioteca pública, o utilizador idoso e as políticas de inclusão*. Tese de doutoramento apresentada à Universidade do Porto.
- Calixto, J. (2005). As bibliotecas públicas portuguesas: transformações, oportunidades e desafios. *Páginas A&B*, (16), 61–88.
- Calixto, J. (2012). Bibliotecas públicas hoje: conclusões. In *13º Encontro Rede Nacional de Bibliotecas Públicas, Estoril, Portugal*. Retrieved from <http://rcbp.dglib.pt/pt/ServProf/Documentacao/Paginas/13EncontroRNBP.aspx>
- Calixto, J., Nunes, M., Freitas, M. C., & Dionísio, A. (2012). Bibliotecas públicas, exclusão social e o fim da esfera pública. In *11º Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas, Lisboa, Portugal*. Retrieved from <http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/340>
- Esfera Crítica, & Universidade de Aveiro. (2012). WebQDA. Retrieved from <https://www.webqda.com/>
- eSurvey Creator. (2007). Retrieved from <https://www.esurveycreator.com/>

- Gómez Hernández, J., Castillo Fernández, J., & Quílez Simón, P. (2010). Bibliotecas y recesión, una introducción. In *La Biblioteca pública frente a la recesión: acción social y educativa* (pp. 13–16). Ediciones Tres Fronteras, ANABAD.
- Hernández Pedreno, M. (2010). Estado de Bienestar, pobreza y exclusión social. In *La Biblioteca pública frente a la recesión: acción social y educativa*. Murcia: ANABAD.
- Hill, M., & Hill, A. (2002). *Investigação por questionário*. Lisboa: Sílabo.
- IFLA/UNESCO. (1994a). *Manifesto da IFLA/UNESCO sobre Bibliotecas Públicas*. Retrieved from <http://archive.ifla.org/VII/s8/unesco/port.htm>
- IFLA/UNESCO. (1994b). *The Mission and purposes of the public library*. Retrieved from <http://www.degruyter.com/viewbooktoc/product/43971>
- Moore, N. (2006). *How to do research: a practical guide to designing and managing research projects*. London: Facet Publishing.
- Nunes, M. (2003). *El Medio es el servicio: sitios Web de bibliotecas públicas en Portugal y España*. Tese de doutoramento apresentada à Universidad de Granada.
- Pateman, J. (2011). Public libraries, social class and social justice. *Information, Society and Justice*, 4(2), 57–70.
- Portugal. Secretaria de Estado da Cultura. Direção-Geral do Livro dos Arquivos e das Bibliotecas. (2012). *Rede Nacional de Bibliotecas Públicas: Relatório estatístico 2011*. Retrieved from <http://rcbp.dglb.pt/pt/noticias/Paginas/REstatistico2011.aspx>
- Portugal. Secretaria de Estado da Cultura. Direção-Geral do Livro dos Arquivos e das Bibliotecas. (2013). *Rede Nacional de Bibliotecas Públicas: Relatório estatístico 2012*. Retrieved from [http://rcbp.dglb.pt/pt/ServProf/Estatistica/Documents/RELATORIO\\_Estatistico\\_2012\\_DGLAB.pdf](http://rcbp.dglb.pt/pt/ServProf/Estatistica/Documents/RELATORIO_Estatistico_2012_DGLAB.pdf)
- Portugal. Secretaria de Estado da Cultura. Direção-Geral do Livro dos Arquivos e das Bibliotecas. (2014). *Rede Nacional de Bibliotecas Públicas: Relatório estatístico 2013*. Retrieved from [http://rcbp.dglb.pt/pt/ServProf/Estatistica/Documents/RELATORIO\\_Estatistico\\_2013\\_DGLAB.pdf](http://rcbp.dglb.pt/pt/ServProf/Estatistica/Documents/RELATORIO_Estatistico_2013_DGLAB.pdf)
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (1995). *Manual de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Usherwood, B. (1999). *A Biblioteca Pública como Conhecimento Público*. Lisboa: Caminho.
- Varheim, A. (2008). Theoretical approaches on public libraries as places creating social capital. In *74th IFLA Conference and Council, Québec, Canadá*. IFLA. Retrieved from <http://www.ifla.org/IV/ifla74/index.htm>
- Este trabalho é financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto UID/HIS/00057/2013.