



**SENADO FEDERAL**  
**Instituto Legislativo Brasileiro - ILB**

**CLARA BESSA DA COSTA**

**O IMPACTO DA DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDOS PELAS**  
**MÍDIAS SOCIAIS :**  
**uma perspectiva da Biblioteca Digital do Senado Federal**

**Brasília**  
**2015**

CLARA BESSA DA COSTA

O IMPACTO DA DIVULGAÇÃO DE  
CONTEÚDOS PELAS MÍDIAS SOCIAIS :  
uma perspectiva da Biblioteca Digital do Senado Federal

Trabalho final apresentado para aprovação no curso de pós-graduação *lato sensu* em Comunicação Legislativa realizado pelo Instituto Legislativo Brasileiro como requisito para obtenção do título de especialista em Comunicação Legislativa.

Área de Concentração: Políticas Institucionais

Orientadora: Eleonora Stanziona Viggiano

Brasília  
2015

**CLARA BESSA DA COSTA**

**O IMPACTO DA DIVULGAÇÃO DE  
CONTEÚDOS PELAS MÍDIAS SOCIAIS :  
uma perspectiva da Biblioteca Digital do Senado Federal**

Trabalho apresentado ao Instituto Legislativo Brasileiro - ILB como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu*, na área de Comunicação Legislativa.

Brasília, 5 de Agosto de 2015.

**Banca Examinadora**

---

Profa. Ms. Eleonora Stanziona Viggiano

---

Tarso de Oliveira Rocha

A todos os professores e colegas de turma. Por tornarem esse curso uma valiosa experiência, com paciência, humor e dedicação.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao Senado Federal e ao Instituto Legislativo Brasileiro por investirem na formação continuada de seus servidores e nos darem a oportunidade de fazermos essa especialização. Ao atencioso e sempre presente coordenador do curso, Pedro Augusto Ramirez Monteiro, auxiliado pela incansável Verônica de Carvalho Maia Baraviera. À minha orientadora Eleonora Stanziona Viggiano, que desde o começo acolheu minhas ideias. À Coordenadora da Biblioteca do Senado, Helena Celeste Vieira, e ao chefe do Serviço de Biblioteca Digital, André Luiz Lopes de Alcântara, por seu constante apoio e motivação.

Muito obrigada a todos!

“It took thirty-eight years before 50 million people gained access to radios. It took television thirteen years to earn an audience that size. It took Instagram a year and a half.”

— Gary Vaynerchuk.

## RESUMO

O presente trabalho buscou verificar se a utilização das mídias sociais como estratégia de *marketing* para promover o acervo *on-line* da Biblioteca Digital do Senado Federal – BDSF realmente foi capaz de gerar um impacto positivo sobre o número de acesso à BDSF e seu conteúdo. Realizando um estudo descritivo, o trabalho começou contextualizando a Biblioteca Digital como um instrumento de acesso público à informação legislativa. Identificaram-se algumas das razões que levaram a Biblioteca do Senado a criar e manter um perfil nas mídias sociais e como esses canais, com destaque para o Facebook, passaram a contribuir para a divulgação dos produtos de alcance externo da Biblioteca. Utilizando uma abordagem quantitativa foram identificadas todas as publicações feitas na página do Facebook “Biblioteca do Senado” durante os anos de 2013 e 2014, dentre as quais foram selecionadas amostras para verificar, por meio do cruzamento de dados com as estatísticas geradas pelo Google Analytics, qual o impacto que essas publicações geraram nos acessos à BDSF e nos seus conteúdos divulgados. Concluiu-se que a estratégia de utilizar o Facebook como canal de divulgação da Biblioteca Digital do Senado foi acertada e que novos investimentos e parcerias deveriam ser realizados nesse sentido para ampliar seu alcance.

Palavras-chave: Mídias Sociais; Marketing da informação; Biblioteca Digital.

## **ABSTRACT**

This research intended to verify if social media as a marketing strategy to promote the Federal Senate Digital Library - BDSF on-line collection was really capable of making a positive impact on the number of BDSF accesses and its content. Starting with a descriptive study, the research contextualized the Digital Library as an instrument of public access to legislative information. The reasons that led the Senate Library to create and maintain a page on social media platforms, especially on Facebook, were identified as well as how it contributed to the dissemination of some of the Library products with external reach. Using a quantitative approach, all posts made on “Biblioteca do Senado” Facebook page during 2013 and 2014 were identified. A sample was selected among this data to compare with the statistics from Google Analytics in order to verify the impact of these posts on the access to BDSF and its published contents. At the end, the research concluded that the strategy to use Facebook as a channel to promote the Senate Digital Library was successful and new investments and partnerships should be made to amplify it.

Keywords : Social Media ; Marketing of Information ; Digital Library.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Coleta de dados no Facebook .....	19
Figura 2 – Exemplo da planilha de levantamento de dados .....	22
Figura 3 - Evolução das "curtidas" da página.....	23
Figura 4 - Comparativo de "curtidas" 2013 e 2014 .....	24
Figura 5 - Quantidade de publicações.....	24
Figura 6 - Conteúdo das publicações.....	25
Figura 7 - Tipo de publicação .....	25
Figura 8 - Horário de publicação .....	26
Figura 9 - Modelo de quantidade de acessos por hora .....	26
Figura 10 - Visualização BDSF, 2013 .....	28
Figura 11 - Alcance das publicações com <i>link</i> para a BDSF, 2014 .....	28
Figura 12 - Alcance Facebook vs Acesso BDSF.....	30
Figura 13 - Comparativo dos picos de acesso à BDSF no período de divulgação ....	30
Figura 14 - Divulgação BDSF, Senado e CNJ.....	31
Figura 15 - Alcance Senado vs CNJ .....	32
Figura 16 - Comportamento dos acessos à BDSF durante o período de análise.....	32
Figura 17 - Impacto da divulgação no acesso aos itens da BDSF, 2013 .....	34
Figura 18 - Impacto da divulgação no acesso aos itens da BDSF, 2014 .....	34
Figura 19 - Análise do impacto nos itens incluídos na BDSF e divulgados na mesma data, 2013 .....	35
Figura 20 - Análise do impacto nos itens incluídos na BDSF e divulgados na mesma data, 2014 .....	35
Figura 21 - Origem dos acessos .....	37

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	11
2.1. A Biblioteca Digital do Senado Federal .....	12
2.2. A BDSF e as mídias sociais .....	14
2.3. Histórico do perfil.....	15
2.4. O porquê de medir.....	16
3. METODOLOGIA .....	17
3.1. Levantamento de dados. ....	19
3.2. Análise dos dados – Página do Facebook .....	22
3.3. Análise dos dados – Publicações.....	27
3.3.1. Divulgação de <i>links</i> diretos para a BDSF .....	27
3.3.2. Divulgação de <i>links</i> diretos para a descrição do item na BDSF .....	33
4. CONCLUSÃO.....	37
5. BIBLIOGRAFIA.....	40

## 1. INTRODUÇÃO

Após o lançamento de sua nova versão, em 9 de maio de 2015, a Biblioteca Digital do Senado Federal (BDSF) iniciou um projeto de divulgação de seu acervo por meio das mídias sociais.

Com um acervo digital de livre acesso e *download* gratuito, a BDSF é composta por conteúdos variados e, em muitos casos, únicos. Fazem parte desse acervo algumas obras da Coleção de Obras Raras da Biblioteca do Senado digitalizadas, artigos e estudos da Consultoria Legislativa sobre temas da atualidade, clippings temáticos produzidos a partir dos principais jornais de circulação nacional, livros produzidos pelas Edições Técnicas, trabalhos de autoria dos senadores, produtos dos setores de comunicação como o Jornal do Senado e a revista Em Discussão, entre outros.

Partindo de que esse material contribui para o melhor entendimento do processo legislativo e, desse modo, para um exercício mais consciente da cidadania, a equipe do Serviço de Biblioteca Digital passou a procurar meios para torná-lo mais conhecido. As mídias sociais se apresentaram nesse contexto como uma das melhores opções de promoção do acervo devido ao seu grande potencial de alcance, não cobrando taxas de assinatura ou manutenção e exigindo como recurso basicamente o tempo e a especialização dos servidores envolvidos.

Após mais de dois anos utilizando Facebook como principal mídia, o resultado parece ter sido positivo. Mas será que esse esforço pode ser mensurado de fato? É possível afirmar que o alcance não se limitou à mídia social em si, trazendo de fato os usuários até a plataforma principal de conteúdo?

Uma vez que a administração pública se pauta pelo princípio da eficiência, pretende-se verificar se os instrumentos adotados para dar publicidade aos conteúdos de interesse público depositados na BDSF estão de fato gerando resultados e colaborando para a ampliação de seu alcance.

## 2. REVISÃO DE LITERATURA

A tecnologia está transformando os processos e relações devido a seu fator multiplicador e facilitador de acessos, e, nesse mundo dinâmico, a fragmentação do conhecimento coloca mais ênfase na informação (PINHEIRO, 2014). Bernardes (2013) concorda com Castells ao definir essa nova relação como “Sociedade Informacional”. O que Mattelart definiu como “Sociedade da Informação” e José Oliveira Ascensão como “Sociedade da Comunicação”, Castells chamou de “Sociedade Informacional”, e esclareceu:

(...) em face do atual desenvolvimento tecnológico, emerge uma 'nova sociedade', cujo eixo de produtividade e poder está lastreado na produção, processamento e transmissão da informação" (...) "Minha terminologia tenta estabelecer um paralelo com a distinção entre indústria e industrial. Uma sociedade industrial (...) não é apenas uma sociedade em que há indústrias, mas uma sociedade em que todas as formas sociais e tecnológicas de organização industrial permeiam todas as esferas de atividade (...) Meu emprego dos termos sociedade informacional e economia informacional tenta uma caracterização mais precisa das transformações atuais (CASTELLS, 1999 apud BERNARDES, 2013, p.36).

Independente de como os teóricos queiram denominar o ambiente informacional e conectado em que estamos vivendo, não há como negar a importância do direito fundamental de acesso à informação para a vivência plena da cidadania. “Os conceitos de ‘sociedade civil’ trabalhado por Antônio Gramsci e de ‘esfera pública’ comunicado por Jürgen Habermas possuem em comum o destaque à importância da informação para capacitação dos indivíduos à efetiva participação na sociedade como cidadãos” (ANDRADE; CARDOSO, 2014, p.121)

[A] Rede é de quem a aproveita e até agora foi utilizada de maneiras muito imaginativas, mas não necessariamente para intensificar o intercâmbio racional que seria capaz de ampliar e solidificar a esfera pública. De qualquer modo, o entusiasmo de seus usuários mais criativos, a vontade e a oportunidade que têm para se expressar, o caráter acessível e livre que significa para a expressão de preocupações das mais variadas naturezas, permitem reconhecer a Internet como componente essencial do espaço público (DELARBRE, 2009, p. 91).

O Parlamento se encontra dentro desse mesmo contexto. De acordo com o presidente da União Inter-Parlamentar, Anders B. Johnsson, os parlamentos perceberam que não podem esperar que as pessoas os busquem para exercerem seu papel democrático, é preciso ir até onde as pessoas estão. E no cenário atual, as mídias sociais atuam como canais de integração e mobilização. Portanto, eles deveriam se apropriar desses instrumentos para fortalecer seus laços com os cidadãos a fim de contribuir para melhores parlamentos e consolidar democracias. (WILLIAMSON, 2013)

Esse novo momento no processo democrático demanda uma nova abordagem voltada para a incorporação das ferramentas digitais. Gomes (2010) trata sobre uma “Democracia Digital” que pode abarcar tanto a percepção de digitalização da democracia, ou a conformação digital de determinadas dimensões dos Estados Democráticos, quanto a visão de uma plataforma digital que atue como suplementação, reforço ou correção de lacunas participativas no sistema democrático:

A passagem da forma de comunicação analógica para a digital determina a transformação de um conjunto de características na gestão dos processos de tomada de decisão que se mantiveram constantes na forma comunicativa unidirecional. Se o advento da mídia de massa eletrônica consolidou as democracias e os estados nacionais, criando uma esfera pública acessível a um grande número de população, a comunicação digital passa a definir um novo tipo de pacto transorgânico-territorial e de interações [...] As redes digitais instauram uma forma comunicativa feita de fluxos e de troca de informações ‘de todos para todos’ (DI FELICE, 2008, p.52-53).

## **2.1. A BIBLIOTECA DIGITAL DO SENADO FEDERAL**

A Biblioteca do Senado participa do processo democrático atuando como unidade de apoio às decisões no parlamento brasileiro. As bibliotecas parlamentares são centros de informação altamente especializados que buscam dar suporte informacional às decisões e estudos analíticos realizados pelos parlamentares, servidores das diversas áreas, Comissões e à Mesa Diretora. Seu papel estratégico demanda tanto um acervo quanto uma equipe constantemente atualizados e focados em sua missão, de modo que ela busca manter-se a par de todas as evoluções no comportamento de seus usuários e nas formas de modernizar seus

serviços, encorajando e provocando mudanças que aumentem a qualidade de seu atendimento.

Em 2006, atenta às novas demandas de seus usuários, que buscavam informações de rápido acesso, em diferentes formatos e que estivessem disponíveis para consulta a qualquer momento, a Biblioteca do Senado iniciou o projeto para a criação de uma biblioteca digital para o Senado Federal (Portaria do Diretor-Geral, n. 115, de 16 de maio de 2006). Mesmo antes do projeto, a Biblioteca tinha consciência de que, uma vez que criasse uma coleção online, ela passaria a cumprir simultaneamente duas funções: a de deixar a biblioteca mais próxima dos servidores do Senado e a de aproximar o Senado da população. E essa foi a visão que guiou a equipe que assumiu o projeto:

O projeto, ora denominado “Biblioteca Digital do Senado Federal: informação para todos” propiciará a integração dos trabalhos desenvolvidos pela Casa com o cidadão brasileiro. Delineia um conjunto de ações para impulsionar o Senado Federal dentro do conceito da sociedade da informação, integrando a informação em formato digital e em papel, para disponibilizar ao cidadão (BRASIL, 2006, p. 1).

O objetivo principal definido para o projeto foi o de:

Construir um acervo institucional com o intuito de armazenar, preservar, divulgar e dar acesso aos documentos digitais cujo conteúdo seja de interesse do Poder Legislativo. A BDSF [Biblioteca Digital do Senado Federal] permitirá o acesso às informações armazenadas em meio digital a qualquer cidadão, utilizando a internet, sem a necessidade da presença física na Biblioteca do Senado Federal (BRASIL, 2006, p. 5).

Desse modo, trabalhou-se tendo em vista conceitos de acesso aberto em todas as etapas do processo, na escolha do software, nos protocolos de comunicação dos dados e nas licenças, a fim de gerar maior transparência em relação ao trabalho realizado pelos parlamentares e pelos servidores do Senado Federal ao facilitar o acesso a toda informação que fosse disponibilizada pela BDSF.

Após estudos técnicos de viabilidade e de maturidade de *softwares* para suportar a Biblioteca Digital do Senado Federal, optou-se pela utilização do DSpace, produto desenvolvido em *software* livre, com o apoio do *Massachusetts Institute of Technology – MIT* e da empresa *Hewlett Packard – HP*. [...] A BDSF adotou o padrão de metadados *Dublin Core (DC)*. É o formato recomendado internacionalmente e o mais adotado pelo protocolo *Open Archives Initiatives-Protocol for Metadata Harvesting (OAI-PMH)*, criado pela

iniciativa dos arquivos abertos. Seus elementos permitem expressar o conteúdo de um documento digital de maneira bibliográfica e particularizá-lo dentre vários outros materiais armazenados. Para a pesquisa, recuperação ou submissão de materiais está sendo utilizada a versão qualificada *Dublin Core Libraries Working Group Application Profile (LAP)*. (ALCANTARA; VIEIRA, 2012, p.7).

O direito à informação e o acesso às informações públicas são temas relativamente recentes, originando-se no ambiente pós-Segunda Guerra. Entretanto, atualmente eles já passaram a ser vistos como direitos humanos fundamentais, exigindo-se que o Estado informe seus cidadãos sobre seus atos, abrindo espaço para participação democrática nos processos de tomada de decisão (LIMA; CORDEIRO; GOMES, 2014). E o Brasil, em sua Constituição democrática de 1988, adotou esse mesmo posicionamento ao definir no inciso XIV, do art. 5º, que “é assegurado a todos o acesso à informação (...)” (BRASIL, 2012)

Desse modo, a criação da Biblioteca Digital do Senado Federal foi ao encontro dessa demanda latente da sociedade por mais informações sobre os poderes públicos, em especial o Senado Federal. Segundo Lafer é “pelo documento que o cidadão deve ser colocado em condição de saber, com base no direito à informação, a fim de participar direta ou indiretamente do processo de tomada de decisões coletivas” (LAFER, 2005, *apud* PINHEIRO, 2014, p.36)

## **2.2.A BDSF E AS MÍDIAS SOCIAIS**

Colocar um acervo disponível na *Internet* não garante que ele será acessado. Por mais qualidade que uma biblioteca possa ter, se ninguém sabe de sua existência ela fatalmente ficará sem uso. “O verdadeiro acesso à informação é a combinação da variedade de conteúdos e suportes para se estabelecer identidades que alcancem diferentes grupos, em diferentes linguagens” (PINHEIRO, 2014, p.40).

Após consolidado o projeto inicial da BDSF, e com o lançamento de uma nova interface para facilitar a navegação, julgou-se que havia chegado a hora de iniciar uma ação de promoção da coleção digital. E nada melhor para divulgar um acervo disponível online do que a própria *Internet*. Integração e ubiquidade são as palavras-chave quando tratamos de tecnologias informacionais.

Nesse contexto, a utilização das mídias sociais como ferramentas *on-line* para divulgar conteúdos e gerar interações com seus usuários demonstrou possuir grandes vantagens. Entre elas estão a adesão gratuita, a instantaneidade na comunicação e a possibilidade de utilizar de recursos interativos.

### **2.3. HISTÓRICO DO PERFIL**

A ideia de criar o perfil da Biblioteca do Senado no Facebook surgiu durante uma reunião com a equipe da Biblioteca. Em 2011, ciente do grande crescimento das mídias sociais e de seu alcance para a disseminação da informação, a Biblioteca do Senado lançou seu perfil social por meio de uma página no Facebook. Esse canal específico foi escolhido devido à sua grande popularidade à época, às perspectivas de crescimento de seu alcance entre os brasileiros e pela possibilidade de integrar vídeos e imagens ao texto, facilitando a divulgação de diferentes tipos de conteúdos.

A página da Biblioteca no Facebook passou por momentos distintos desde a sua criação, que impactaram na gestão e nos conteúdos publicados:

2011 – A página estava sob a responsabilidade da direção da Biblioteca do Senado. O acesso ao Facebook era bloqueado para os funcionários do Senado em geral, sendo permitido somente a pessoas previamente cadastradas. As publicações eram feitas por demanda, se concentrado quase que unicamente na divulgação de novas aquisições.

2012 - A página da Biblioteca passa a ficar sob a responsabilidade da Subsecretaria de Pesquisa e Recuperação de Informações Bibliográficas – SSPES, a cargo de um bibliotecário. O acesso ao Facebook já estava liberado para todos os funcionários do Senado, a fim de que eles pudessem acompanhar as publicações dos canais oficiais de comunicação da Casa. Ganha-se mais autonomia no desenvolvimento dos conteúdos, o que dá ao perfil uma nova dinâmica, passando-se a dar mais cobertura aos eventos ocorridos no espaço da Biblioteca.

2013 - A manutenção do perfil passa para o Serviço de Biblioteca Digital. Nesse contexto iniciaram-se os trabalhos de estruturação do perfil e a



formalização do seu gerenciamento. Ampliou-se o enfoque nos conteúdos a serem publicados, buscando entre os produtos e serviços da Biblioteca e de outros setores do Senado aqueles que pudessem ser de interesse dos seguidores da página da Biblioteca.

2015 – A manutenção do perfil volta para o Serviço Pesquisa e Recuperação de Informações Bibliográficas, adotando um tom mais lúdico, com enfoque nos eventos da Biblioteca do Senado e na divulgação do conteúdo da Biblioteca Digital do Senado.

Apesar dessa última mudança, os critérios temáticos definidos para a seleção dos conteúdos da BDSF a serem divulgado pelas mídias sociais foram mantidos:

- Relevância política – procurando disponibilizar conteúdos que esclarecessem a população e contribuíssem para o debate dos temas atualmente tratados no parlamento;
- Cultura - destacando documentos históricos ou relatos sobre o Brasil, livros de literatura e arte, priorizando a divulgação do acervo de obras raras;
- Interesse público - divulgando as leis e análises que tratassem dos direitos dos cidadãos.

#### **2.4. O PORQUÊ DE MEDIR?**

Uma vez que a Administração Pública se pauta pelo princípio da eficiência, todo gestor deve ter o cuidado de verificar se os instrumentos adotados para dar publicidade aos conteúdos de interesse público estão de fato gerando resultados. Esse princípio pode também ser visto como parte da *accountability*<sup>1</sup> do Governo perante a sociedade.

“A contabilização da propaganda e o retorno sobre o investimento em propaganda se tornaram questões de grande relevância para a maioria das empresas” (KOTLER, ARMSTRONG 2007, p.394). Porém, como os próprios autores reconhecem, nem todos os fatores que afetam a eficácia da propaganda são

---

<sup>1</sup> “O termo *accountability* pode ser aceito como o conjunto e mecanismos e procedimentos que induzem os dirigentes governamentais a prestar contas dos resultados de suas ações à sociedade, garantindo-se dessa forma maior nível de transparência e a exposição pública das políticas públicas” (MATIAS-PEREIRA, 2012, p.78)

controláveis. “Um modo de medir os efeitos da propaganda nas vendas e lucros é comparando as vendas e lucros anteriores com os gastos em propaganda anteriores” (KOTLER, ARMSTRONG, 2007, p.394). No caso da divulgação de informações públicas, vendas e lucros podem ser traduzidos por acessos e *downloads*, uma vez que seu principal objetivo é a difusão do conteúdo.

Conforme sugerido, componentes críticos do sistema iniciam com um entendimento claro a respeito de suas metas e objetivos. Assim você desenvolve ferramentas para medir resultados; após a medição de resultados, conduz uma análise rigorosa desses resultados e identifica os passos explícitos para as necessárias correções de curso. Então o ciclo se repete (KOTLER; LEE, 2008, p. 49).

Apesar do grande potencial de divulgação que as mídias sociais apresentam deve-se buscar criar um ambiente que se destaque pela qualidade informacional. O *marketing* é orientado para as necessidades dos consumidores e, no caso da BDSF, para a necessidade latente dos usuários quanto a informações históricas, culturais e legais que ajudem a esclarecer o desenvolvimento político e social do país, compreender a consequência de decisões passadas no dia a dia da sociedade para conseguir avaliar as propostas atualmente debatidas pelo Parlamento.

O marketing acaba sendo a melhor plataforma de planejamento para uma agência pública que queira atender às necessidades do cidadão e que queira entregar valor real. A preocupação central do marketing é a produção de resultados que o mercado-alvo valoriza. No setor privado, o mantra do marketing é a valorização e satisfação do cliente. No setor público, o mantra do marketing é a valorização e a satisfação do cidadão (KOTLER; LEE, 2008, p. 23).

A Biblioteca do Senado já alcançou uma grande conquista ao disponibilizar conteúdos digitais na *Internet*. Entretanto, deve-se sempre estar atento ao real impacto das estratégias de marketing adotadas a fim de que o esforço de disponibilização alcance seu objetivo, ao atingir os cidadãos que necessitam de mais informações para compreender os rumos das políticas adotadas pelo parlamento.

### **3. METODOLOGIA**

Após realizar um estudo descritivo para contextualizar a Biblioteca Digital como um instrumento de acesso público à informação legislativa e a necessidade de

promoção de seu conteúdo (apresentado na revisão de literatura), adotou-se uma abordagem quantitativa para levantar os dados que pudessem identificar o impacto causado pela estratégia de marketing no número de acessos à Biblioteca Digital do Senado – BDSF.

O levantamento se iniciou pela identificação de todas as publicações feitas na página do Facebook “Biblioteca do Senado” durante os anos de 2013 e 2014.

Esse período foi escolhido por dois motivos principais. O primeiro foi porque até o final de 2012 o perfil da Biblioteca do Senado no Facebook era utilizado quase que exclusivamente para divulgar os novos livros adquiridos e os eventos realizados pela Biblioteca, não apresentado dados para a análise pretendida. E o segundo foi porque quando o Serviço de Biblioteca Digital assumiu o perfil, em 2013, houve uma reestruturação e formalização de seu gerenciamento, definindo-se como um dos objetivos a divulgação do conteúdo da BDSF (COSTA, 2013).

Após o levantamento das publicações foram selecionadas algumas amostras para a análise. As amostras estavam formadas por dois tipos de publicação: as que divulgavam o *link* direto para a BDSF - <http://www2.senado.leg.br/bdsf>; e as que divulgavam o *link* para a página da BDSF com a descrição do documento divulgado seguido do arquivo para *download*. O motivo para a seleção dessas amostras foi a possibilidade de recuperação de todos os dados buscados para essa pesquisa.

A partir dessas amostras, foi realizado o cruzamento de dados com as estatísticas geradas pelo Google Analytics de acessos à BDSF nas datas das publicações. Também foi considerado o período de uma semana antes e uma semana depois da divulgação do item para que fosse possível uma avaliação de seu impacto imediato. Um estudo que comparasse o efeito a curto prazo com o impacto a médio e longo prazo resultaria em uma análise mais completa, entretanto a limitação de tempo para o desenvolvimento dessa pesquisa não permitiu um aprofundamento nesse sentido.

Depois do levantamento individual de cada período de divulgação, os dados de acesso foram agrupados para que fosse possível verificar se haveria algum padrão de comportamento nesses acessos.

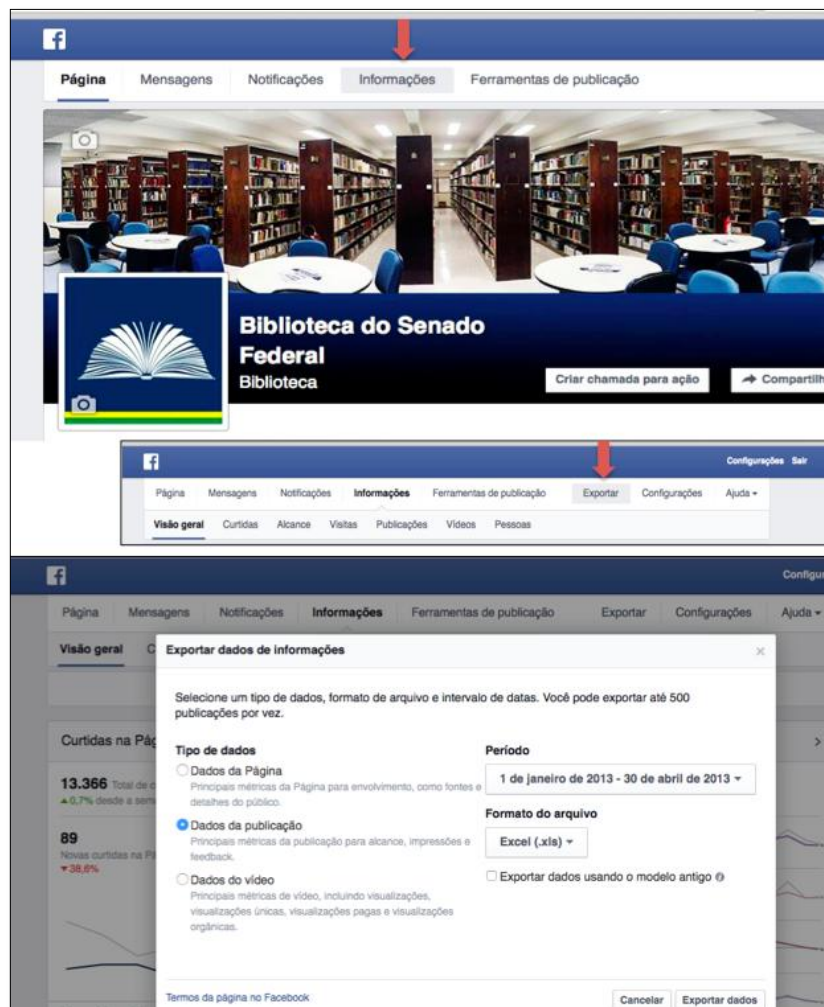
### 3.1. LEVANTAMENTO DE DADOS.

O levantamento das publicações feitas no período de 2013 e 2014 foi realizado na página “<https://www.facebook.com/BibliotecadoSenado>”.

De posse da senha de administrador cedida pelas bibliotecárias atualmente responsáveis por sua manutenção, acessaram-se os dados registrados pelo próprio sistema do Facebook.

O caminho seguido foi “INFORMAÇÕES > EXPORTAR”, selecionando-se as opções “Dados da Página” e “Dados da publicação”. O sistema gera planilhas com uma ampla variedade de informações, tendo como limitador somente o fato de que permite que seja selecionado um período máximo para exportação dos dados de 120 dias por vez.

Figura 1 - Coleta de dados no Facebook



Fonte: <https://www.facebook.com/BibliotecadoSenado>

Das planilhas recuperadas pelo *site* do Facebook, coletaram-se as seguintes informações:

- Total de pessoas que curtiram a página (Lifetime Total Likes);
- Quantidade de publicações;
- *Link* permanente para a publicação (Permalink);
- Tipo de conteúdo publicado (Type);
- Data e hora de cada publicação (Posted);
- Numero de pessoas alcançadas com a publicação (Lifetime Post Total Reach)

Em seguida, todos os *links* permanentes das publicações foram acessados a fim de identificar o assunto de cada uma e quais continham *links* diretos para a página da BDSF. Para a amostragem foram selecionadas aquelas com *links* diretos para:

- Página geral da BDSF;
- Página de descrição do documento divulgado.

Foram desconsideradas, por motivos de não estarem relacionadas ao tema da pesquisa e por apresentarem limitações na recuperação das estatísticas de acesso, as publicações com *links* para:

- Publicações não relacionadas à BDSF;
- Com *links* inativos - abriam uma página de erro no Facebook com a seguinte mensagem: “ < ! > Este conteúdo não está disponível no momento. O *link* que você seguiu pode ter expirado, ou a página pode estar visível apenas para um público no qual você não está incluído.”
- *Links* para páginas externas;
- *Links* para resultados de pesquisa (lista com documentos selecionados de acordo com critérios pré-definidos em pesquisa);
- *Links* para as Coleções;
- *Links* para acesso direto aos documentos.

A partir das publicações selecionadas como amostragem, cada um dos *links* divulgados foram acessados para coleta dos seguintes dados:

- Data de inclusão do documento na BDSF;

- Coleção da qual o documento divulgado faz parte;
- Quantidade de visualizações da página divulgada até a data da pesquisa.

Por fim, por meio do Google Analytics, a quantidade de acessos ao *link* divulgado foi verificada, sendo levantadas também as informações dos períodos de uma semana antes e uma semana depois de sua divulgação pelo Facebook.

Todos os dados levantados foram ordenados por ano em duas planilhas. A primeira planilha traz dados gerais que podem interferir no alcance da publicação, contendo dados coletados no próprio Facebook:

- Total de pessoas que curtiram a página da Biblioteca – dados mensais;
- Quantidade de publicações – dados mensais;
- Quantidade de publicações com *link* direto para a BDSF – dados mensais;
- Tipo de publicação : fotos, *links*, vídeos e outros – dados anuais;
- Tipo de publicação com *link* direto para a BDSF – dados anuais;
- Horário de publicação: 8h–11h; 12h-15h; 16h-19h – dados anuais;
- Horário de publicações com *links* diretos para a BDSF - dados anuais.

A segunda planilha buscou ordenar os dados de cada publicação, com dados coletados no site do Facebook, as estatísticas do DSpace (sistema utilizado pela BDSF) e o Google Analytics:

- *Link* permanente da publicação no Facebook;
- *Link* da BDSF divulgado no Facebook;
- Data de inclusão do documento divulgado na BDSF;
- Data de publicação do *link* no Facebook da Biblioteca do Senado;
- Número de alcance da publicação no Facebook;
- Número de compartilhamentos da publicação no Facebook;
- Total de visualizações do documento na BDSF até a data da pesquisa;
- Assunto da publicação;
- Coleção da BDSF a qual pertence o *link* divulgado;
- Estatística de acesso ao *link*.

Segue um exemplo da segunda planilha utilizada:

Figura 2 – Exemplo da planilha de levantamento de dados

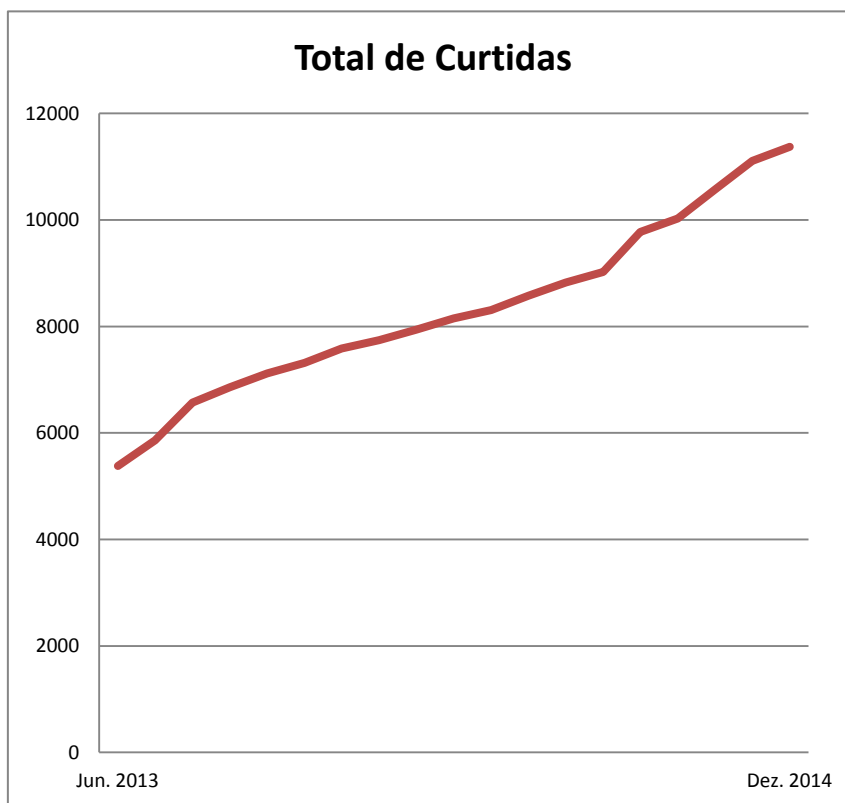
<b>P24</b>	<a href="https://www.facebook.com/BibliotecadoSenado/posts">https://www.facebook.com/BibliotecadoSenado/posts</a>	
Item	<a href="http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/496307">http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/496307</a>	
Data de inclusão BDSF	8/20/13	
Data de publicação	4/30/14	
Alcance Facebook	1085	
Compartilhados por outros perfis	sim -21	Senado - ILB
total de visualizações na BDSF até 02/07/2015	392	PDF - 380
Assunto	Direito do Trabalhador	
Coleção	Legislação / Texto	
Google Analytics	Visualizações de página	Visualizações de página únicas
4/23/14	0	0
4/24/14	0	0
4/25/14	0	0
4/26/14	0	0
4/27/14	0	0
4/28/14	0	0
4/29/14	1	1
4/30/14	21	19
5/1/14	12	11
5/2/14	3	3
5/3/14	3	3
5/4/14	1	1
5/5/14	5	5
5/6/14	3	3
5/7/14	1	1

### 3.2. ANÁLISE DOS DADOS – PÁGINA DO FACEBOOK

A primeira observação foi o crescimento orgânico (sem o uso de publicidade paga) e contínuo do total de pessoas que curtiram a página “Biblioteca do Senado” durante os anos de 2013 e 2014.

Como as estatísticas do Facebook foram sendo aperfeiçoadas com o tempo, não foi possível recuperar pelo seu sistema os dados referentes ao período de janeiro a maio de 2013.

**Figura 3 - Evolução das "curtidas" da página**



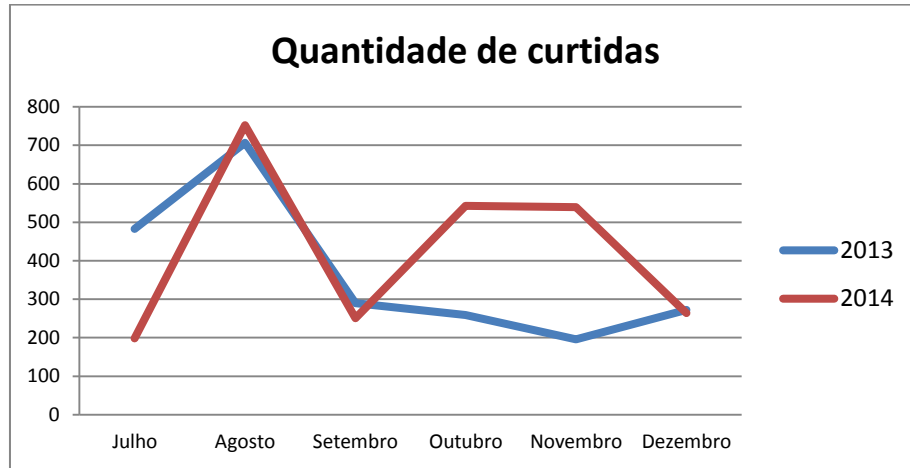
Total de Curtidas	
Jun. 2013	5379
Jul. 2013	5862
Ago. 2013	6569
Set. 2013	6859
Out. 2013	7118
Nov. 2013	7314
Dez. 2013	7586
Jan. 2014	7745
Fev. 2014	7939
Mar. 2014	8150
Abr. 2014	8309
Mai. 2014	8579
Jun. 2014	8827
Jul. 2014	9025
Ago. 2014	9777
Set. 2014	10028
Out. 2014	10571
Nov. 2014	11110
Dez. 2014	11374

A fim de dar mais clareza ao crescimento das curtidas do Perfil, decidiu-se comparar o segundo semestre dos anos de 2013 e 2014. A escolha desse período deveu-se ao fato de os dois anos possuírem informações referentes a esses meses.

Percebeu-se que, apesar de o perfil gerar um número maior de curtidas em 2014, parece haver ocorrido um movimento uniforme de crescimento entre os meses de junho e setembro dos dois anos, e um movimento inverso no último trimestre.

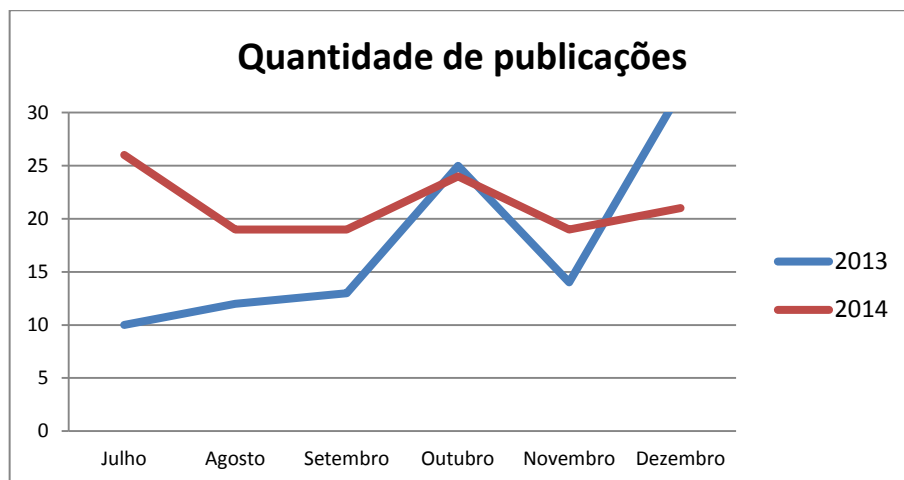


**Figura 4 - Comparativo de "curtidas" 2013 e 2014**



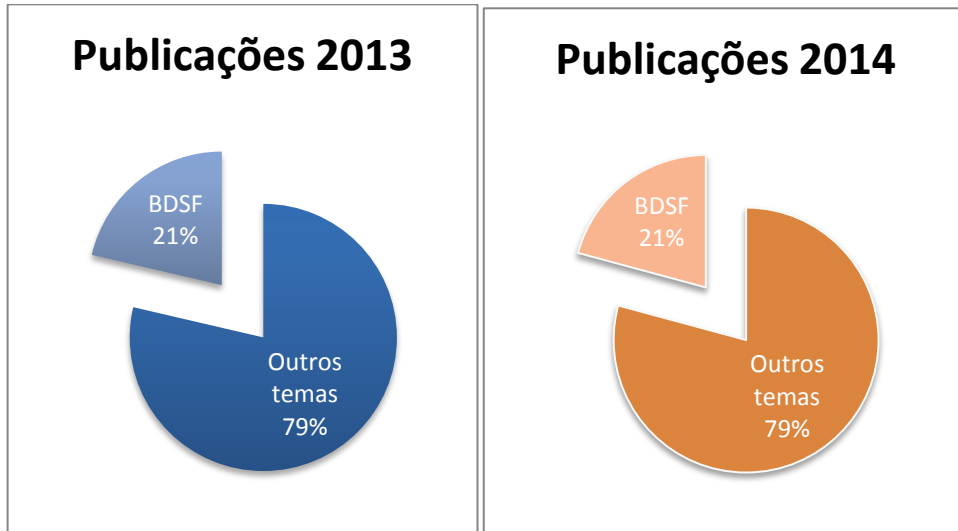
Comparando-se esse movimento de “curtidas” com a quantidade de publicações de cada período, observou-se que não havia como estabelecer uma relação direta entre a quantidade de publicações e o movimento de adesão de novos usuários à página da Biblioteca do Senado.

**Figura 5 - Quantidade de publicações**



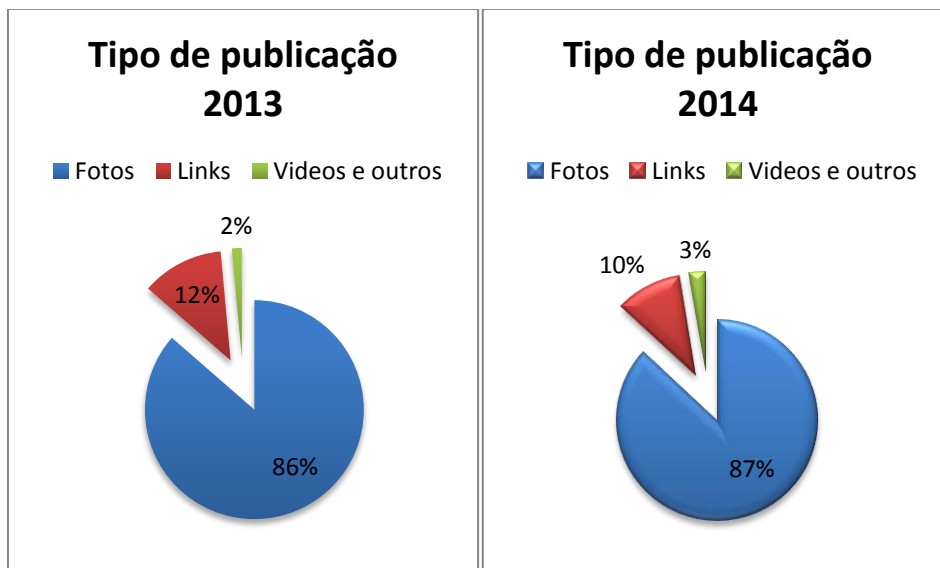
Em 2013 o perfil realizou 206 publicações, sendo 44 delas relacionadas à BDSF. E em 2014, das 274 publicações 57 correspondiam a conteúdos da BDSF.

**Figura 6 - Conteúdo das publicações**



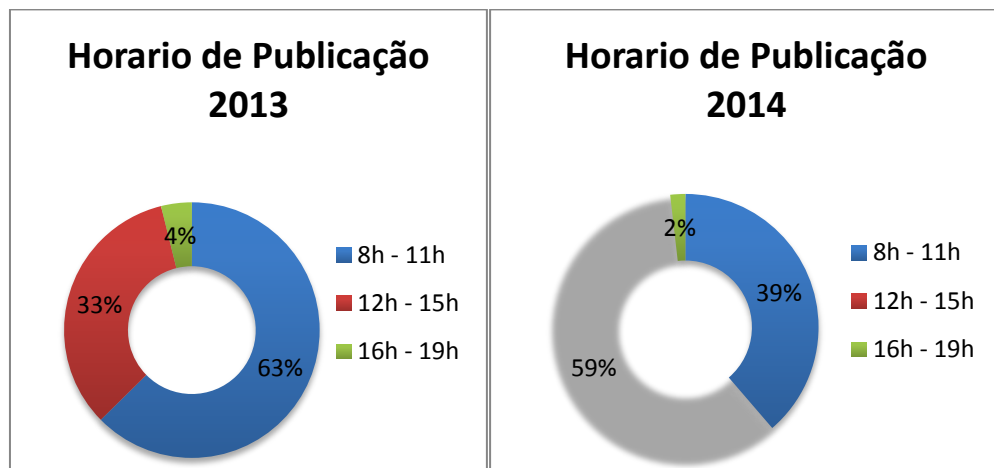
O tipo de publicação predominante no dois anos foi o de conteúdos identificados como “Fotos”.

**Figura 7 - Tipo de publicação**



Apesar de a quantidade e o tipo de publicações terem se mostrado constantes nos dois anos, o horário em que as publicações eram realizadas passou por uma mudança nesse período.

**Figura 8 - Horário de publicação**



Essa mudança no horário de publicação partiu da constatação de que haveria a possibilidade de se alcançar um público maior, uma vez que as visualizações do perfil mantinham seu patamar mais alto entre o meio-dia e 15h.

**Figura 9 - Modelo de quantidade de acessos por hora**



Como as principais alterações observadas na dinâmica geral do gerenciamento da página do Facebook entre 2013 e 2014 foram a mudança do horário de publicação e um pequeno aumento na quantidade de conteúdos divulgados, podemos considerar que esses dois elementos contribuíram para a melhoria do desempenho da página da Biblioteca do Senado no ano de 2014 e incrementam a probabilidade de os conteúdos divulgados terem um maior alcance.

### **3.3. ANÁLISE DOS DADOS – PUBLICAÇÕES**

Essa etapa concentrou o objetivo principal deste projeto, verificar o impacto da divulgação da BDSF pela página do Facebook da Biblioteca do Senado. Para isso foram considerados dois níveis de divulgação: a BDSF e os itens da BDSF individualmente. Esses dados foram analisados separadamente.

#### **3.3.1. DIVULGAÇÃO DE *LINKS* DIRETOS PARA A BDSF**

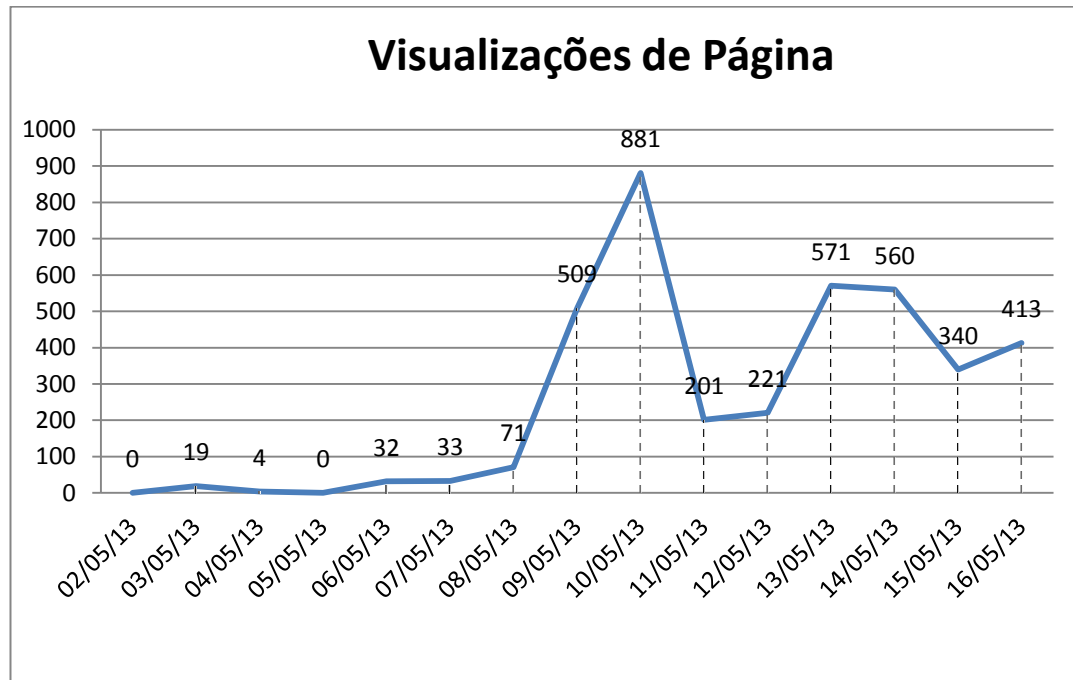
Do ano de 2013 foram identificadas duas publicações com *links* diretos para o site da Biblioteca Digital <<http://www2.senado.leg.br/bdsf>>. Essas publicações registraram dois momentos distintos no processo de evolução da BDSF.

Na primeira publicação, em 28/02/2013, a BDSF ainda utilizava a versão 1.6 do DSpace, a qual não permitia a sincronização com o Google Analytics. Essa publicação foi compartilhada pela página 'Biblioteca do Senado' a partir da página 'Senado Federal' e apesar de ter gerado 7.682 compartilhamentos na página de origem e 72 na página da Biblioteca, os dados do impacto dessa divulgação na quantidade de acessos à BDSF não puderam ser recuperados.

A segunda publicação, em 09/05/2013, foi realizada no dia do lançamento da atualização da BDSF, que passou a utilizar a versão 3.1 do DSpace. Essa versão já permitia a sincronização com o Google Analytics. Os acessos registrados antes da publicação se referem à quantidade de acessos internos para ajustes na plataforma antes de seu lançamento. Nos sete dias após o lançamento, porém, pôde ser observado um pico de acessos um dia após a divulgação da página (dia 10/05) com um comportamento similar ao identificado nas divulgações realizadas em 2014 nos dias que se seguiram, com uma queda mais forte no fim de semana (dias 11 e

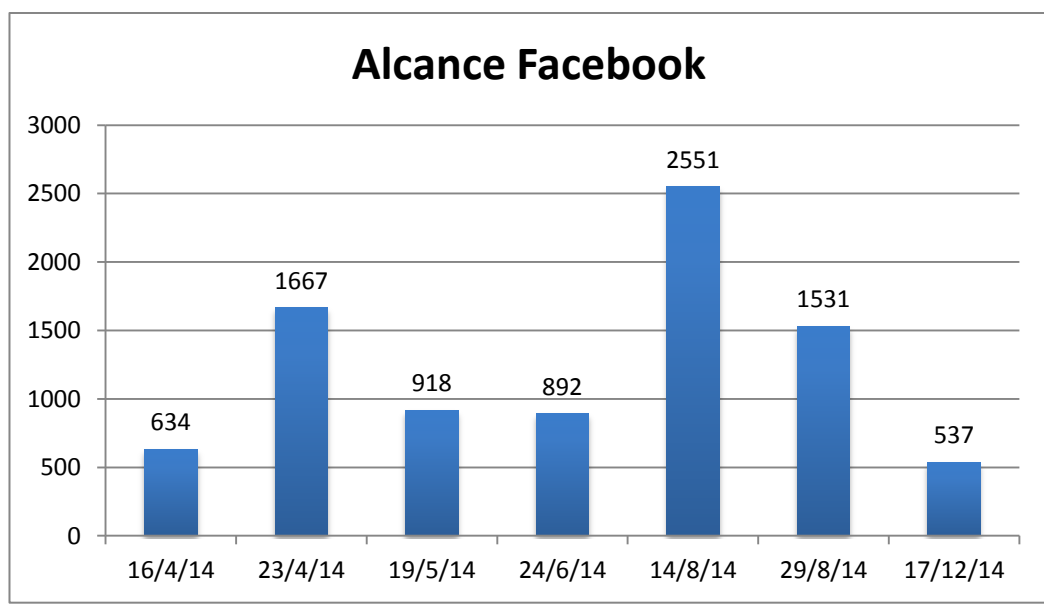
12/05) e uma retomada a partir de segunda-feira para um patamar um pouco abaixo da sexta-feira com tendência de queda durante os outros dias da semana.

Figura 10 - Visualização BDSF, 2013



Já em 2014, foram identificadas sete publicações divulgando *links* diretos para a BDSF.

Figura 11 - Alcance das publicações com *link* para a BDSF, 2014



A publicação do dia 14/8 foi compartilhada pela página da Biblioteca do Senado a partir da página da Agência Senado (hoje Senado Federal), onde teve 3.511 compartilhamentos e 913 curtidas.

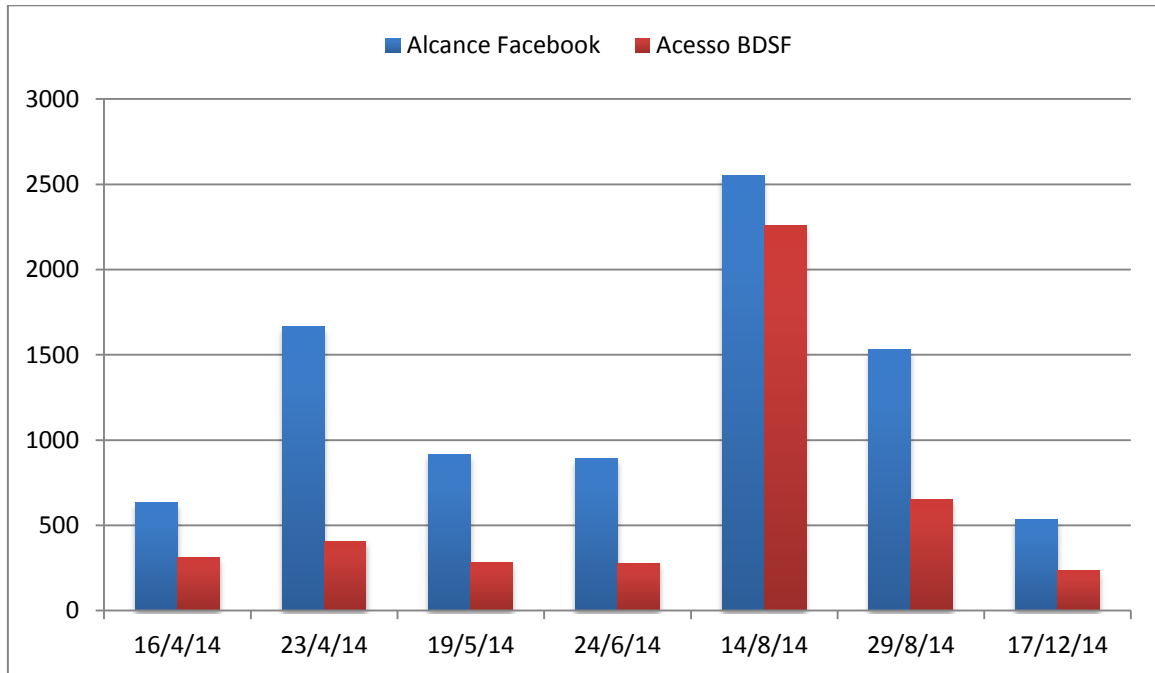
A publicação do dia 23/4, segunda em alcance, se refere a uma homenagem ao “Dia do Livro” compartilhada da página do MEC. O *link* da BDSF aparece na legenda acrescentada quando do compartilhamento da página.

A publicação do dia 29/8, terceira em alcance, se refere a uma reportagem do site Catraca Livre (<https://catracalivre.com.br/>) sobre a BDSF e que foi compartilhada pela página da Biblioteca do Senado. Assim como na publicação citada acima, o *link* da BDSF foi acrescentado na legenda quando do compartilhamento da página.

As publicações dos dias 19/5 e 24/6 apresentaram uma proporção similar quando comparado o alcance com a quantidade de acessos gerados. Curiosamente, essas duas publicações divulgaram conteúdos da BDSF e não o site em si, mas com o *link* direto para a Biblioteca Digital. A do dia 19/5 trata sobre *e-books* e a do dia 24/6 sobre a Revista de Informação Legislativa, uma publicação periódica do Senado Federal.

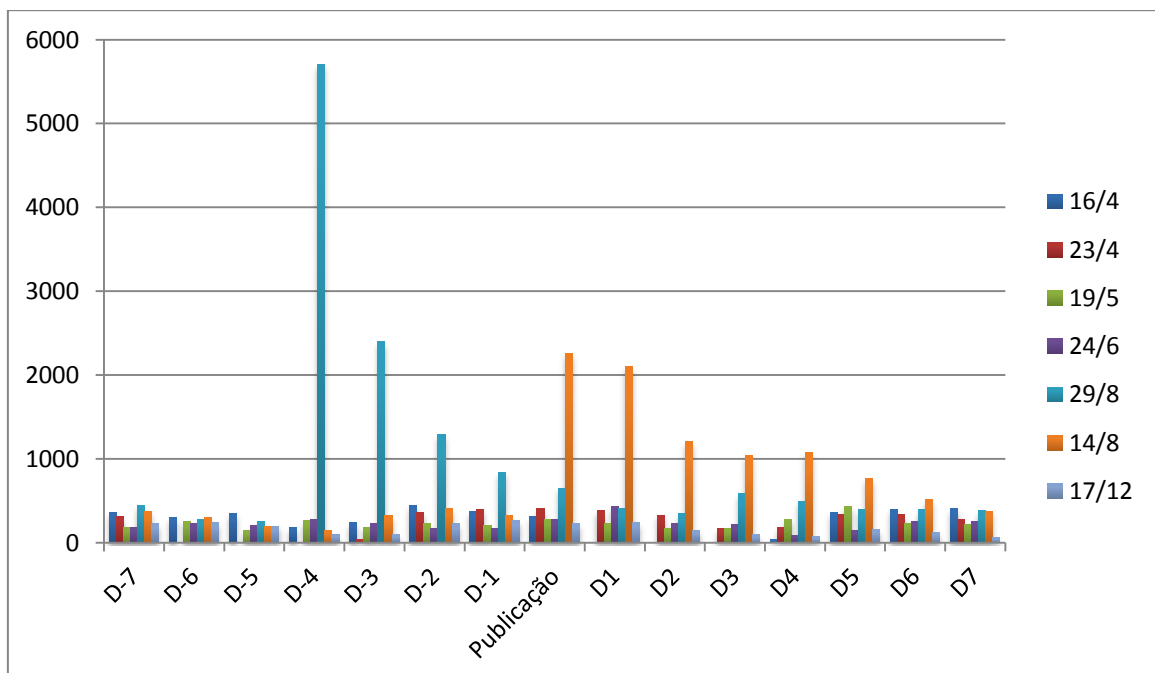
Da mesma forma, as publicações dos dias 16/4 e 17/4, que divulgaram especificamente a BDSF, também tiveram proporções de alcance e acesso similares. Nesse caso, essas publicações apresentaram um comportamento mais próximo ao observado no dia 14/8, quando houve o maior número de alcance e acesso. Somente essas três publicações focaram exclusivamente na BDSF, enquanto as outras quatro tratavam de outros temas acompanhados do *link* da BDSF, de modo que podemos, nesse caso, estabelecer uma relação média de acessos proporcional a 70% do alcance da divulgação.

**Figura 12 - Alcance Facebook vs Acesso BDSF**



Comparando o comportamento das publicações antes e depois, dois picos de acesso distintos foram identificados:

**Figura 13 - Comparativo dos picos de acesso à BDSF no período de divulgação**



O pico do dia 14/8, gerado no dia da publicação sobre a BDSF, foi causado pela divulgação da página da Agência Senado e compartilhada pela página da Biblioteca do Senado.

Entretanto, o pico que ocorreu antes da publicação do dia 29/8 não foi gerado por nenhuma das páginas gerenciadas pelo Senado Federal nas mídias sociais. Pesquisando o que teria provocado um índice tão alto de acessos, verificou-se que a divulgação partiu da página do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) no Facebook. Essa publicação do CNJ teve 7.336 compartilhamentos e 7.253 curtidas em sua página.

A página do CNJ possui atualmente (julho de 2015) 1,2 milhões de curtidas e a página Senado Federal, 521 mil curtidas. Comparando-se as duas publicações percebe-se que o conteúdo é muito similar, de modo que podemos sugerir que grande alcance da publicação do CNJ se deve ao fato de este possuir mais pessoas ligadas à sua página; Mesmo tendo publicado o conteúdo pouco mais de uma semana depois da página do Senado, ainda conseguiu gerar um impacto maior no Facebook e na BDSF.

Figura 14 - Divulgação BDSF, Senado e CNJ



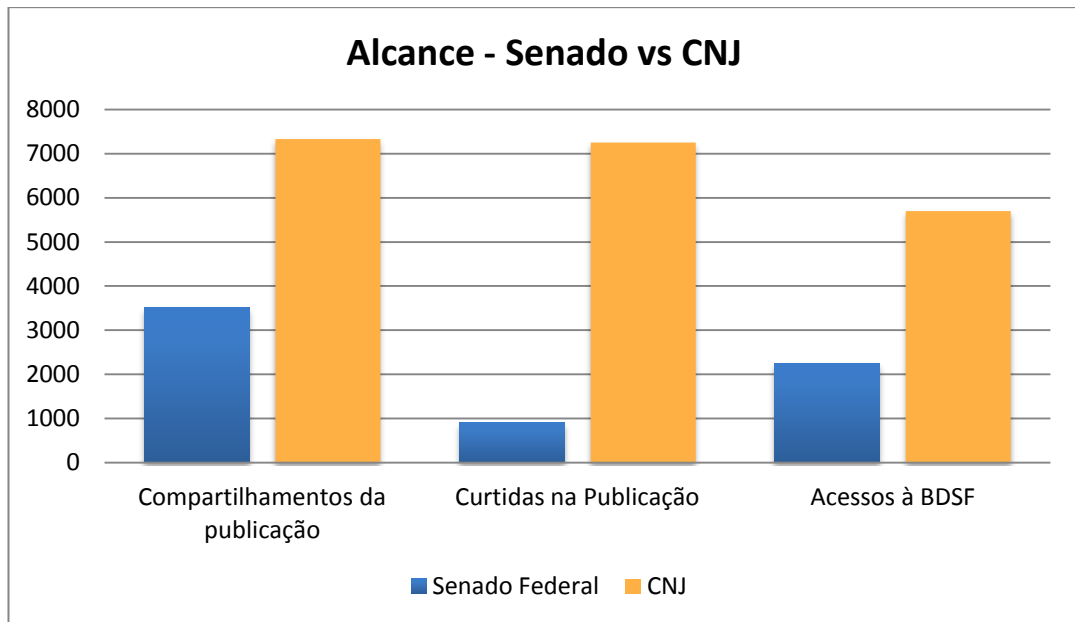
Fonte: <https://www.facebook.com/SenadoFederal> (divulgado dia 14/8/14)



Fonte: <https://pt-br.facebook.com/cnj.official> (divulgado dia 25/8/14)

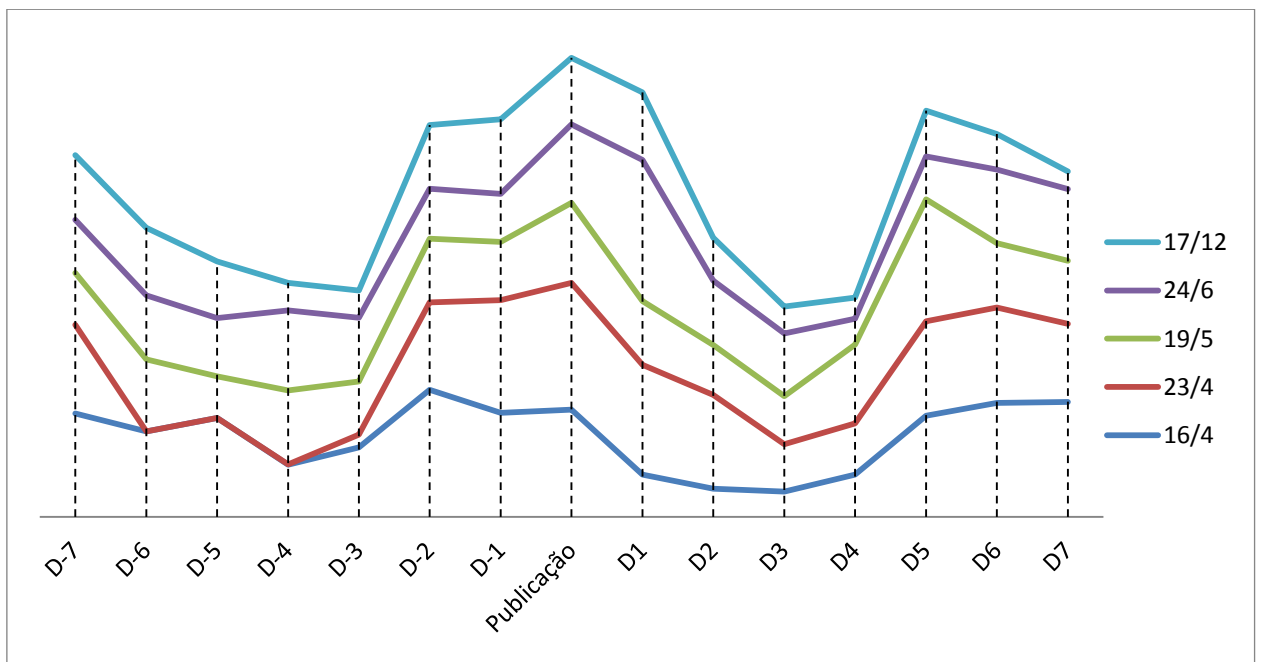


Figura 15 - Alcance Senado vs CNJ



Excluindo-se os picos de acessos gerados pelas páginas do Senado e do CNJ podemos perceber que o fluxo gerado no acesso à BDSF antes e depois da divulgação pela página da Biblioteca do Senado se comporta de forma muito similar.

Figura 16 - Comportamento dos acessos à BDSF durante o período de análise



Os dias D3 e D4, três e quatro dias após a publicação respectivamente, em 16/4, 23/4 e 17/12, correspondem a sábado e domingo. Nesses dias percebemos um pico nos acessos na segunda-feira, D-2, com um novo pico no dia da publicação, seguido de uma queda constante até o fim de semana, com uma recuperação na segunda-feira.

Apesar de observado o mesmo comportamento que os outros dias, os dias 19/5 e 24/6 foram uma segunda e terça-feira. Nesses dois casos, a identificação do novo pico de acesso no dia D5 dependerá de uma ampla pesquisa mais aprofundada para saber se houve alguma publicação externa no período ou se algum *gatekeeper*<sup>2</sup> compartilhou a publicação em seu perfil.

Entretanto, esse comportamento de pico no dia da publicação com tendência de queda nos dias seguintes e pequena recuperação a partir do D4 também foi identificada na publicação de 2013 (Figura 10)

### **3.3.2. DIVULGAÇÃO DE LINKS DIRETOS PARA A DESCRIÇÃO DO ITEM NA BDSF**

Após o levantamento dos dados, verificou-se que, com apenas duas exceções, todos os itens da BDSF divulgados pelo página do Facebook da Biblioteca do Senado tiveram um número maior de acessos no dia da divulgação, considerando o período de sete dias antes e sete dias depois de publicada.

A primeira exceção se deve a uma publicação que gerou o pico de acesso no dia seguinte que foi ao ar. Mesmo que os acessos no dia da divulgação tenham sido altos, os acessos do segundo dia superaram o do primeiro.

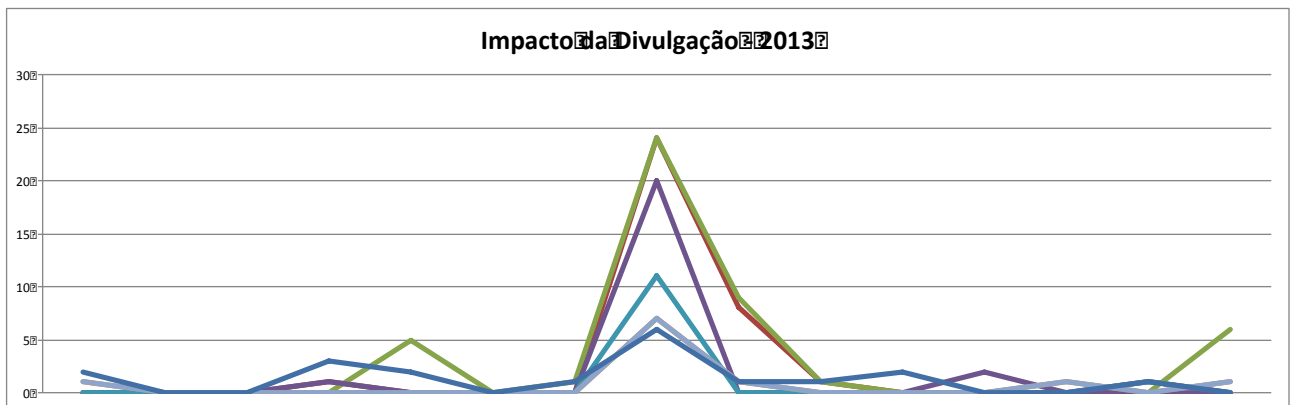
A segunda exceção, porém, apresentou dados um pouco diversos. O primeiro acesso ao item divulgado ocorreu três dias depois da divulgação ir ao ar, o pico de acessos no dia quatro, para zerar novamente os acessos a partir do dia cinco.

---

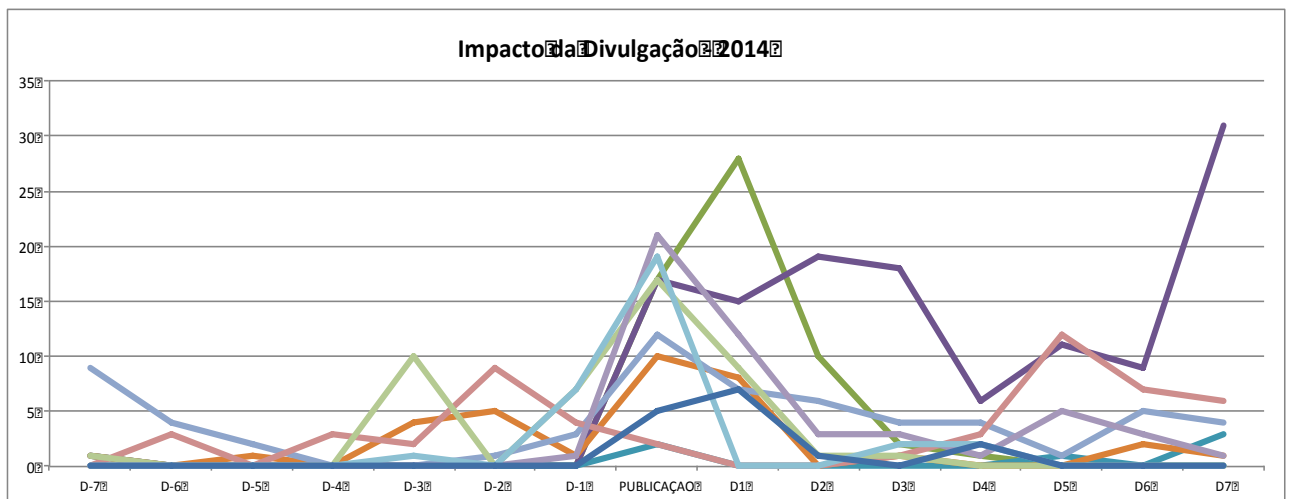
<sup>2</sup> O conceito refere-se à pessoa que tem o poder de decidir se uma informação será divulgada ou não. No contexto desse trabalho, refere-se a uma pessoa ou instituição que está conectada a um grande número de pessoas, sendo aceita como ponto de referência.

Como o impacto gerado pela divulgação pelo Facebook pôde ser observado em todos os itens divulgados, eles foram agrupados pelas coleções a que pertenciam a fim de verificar se o conteúdo do item divulgado influenciava na prolongação do efeito da divulgação.

**Figura 17 - Impacto da divulgação no acesso aos itens da BDSF, 2013**



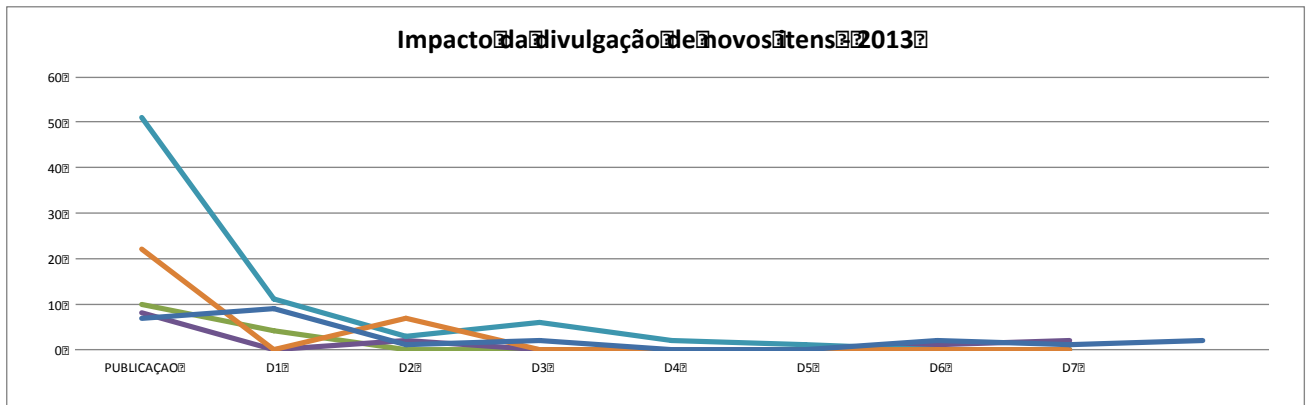
**Figura 18 - Impacto da divulgação no acesso aos itens da BDSF, 2014**



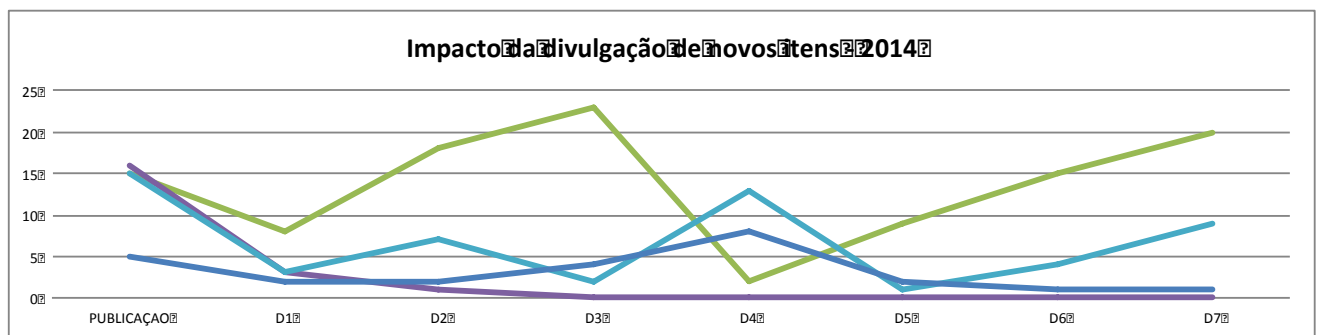
Alguns itens foram incluídos na BDSF e logo em seguida divulgados, não contando com os sete dias anteriores à publicação para serem comparados com os itens mais antigos. Portanto, para facilitar a visualização do impacto sobre esses

itens e evitar confundir sua interpretação com os itens antigos, seu gráfico de análise partiu do dia de sua publicação no Facebook.

**Figura 19 - Análise do impacto nos itens incluídos na BDSF e divulgados na mesma data, 2013**



**Figura 20 - Análise do impacto nos itens incluídos na BDSF e divulgados na mesma data, 2014**



Os gráficos mostram que em 2013 a tendência era a divulgação gerar um pico de acessos ao item na BDSF e depois os itens voltavam a ter a mesma frequência de acessos que possuíam antes da divulgação. Já em 2014, os acessos após a divulgação não seguiram mais o mesmo padrão encontrado antes da divulgação, com uma frequência de acessos por vezes maior do que a gerada no dia da divulgação em si.

Table 1 - Origem dos acessos

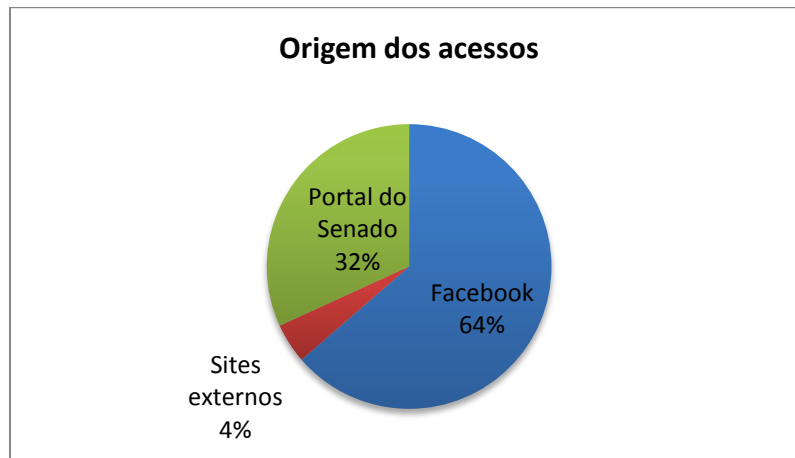
Picos de acessos mensais ao site da BDSF		Origem dos Acessos	
		Principal	Secundária
10/05/13	881	direto	Facebook
11/06/13	669	site Canal do Ensino	Portal do Senado
08/07/13	1731	Facebook	direto
09/08/13	1682	Facebook	direto
25/09/13	1761	Facebook	direto
16/10/13	1518	Facebook	direto
18/11/13	1869	Facebook	direto
01/12/13	3139	Facebook	direto
07/01/14	840	Facebook	direto
03/02/14	499	direto	Facebook
20/03/14	2638	direto	Portal do Senado
14/04/14	451	Portal do Senado	direto
05/05/14	1360	direto	Facebook
04/06/14	1275	direto	Facebook
18/07/14	1016	direto	Facebook
25/08/14	5701	direto	Facebook
09/09/14	613	direto	Portal do Senado
22/10/14	644	Portal do Senado	Facebook
04/11/14	383	Portal do Senado	direto
02/12/14	377	Portal do Senado	direto

Foram identificadas a fonte de origem que mais gerou acessos para a BDSF, a qual foi denominada Principal, e a fonte que ficou em segundo lugar em origem de acessos foi denominada “Secundária”, na tabela acima.

Os acessos diretos equivalem a digitar diretamente o *link* na barra de endereços do navegador de *Internet*. Como esses acessos diretos não costumam atingir índices tão altos como os identificados no quadro, entendeu-se que eles foram gerados por algum tipo de divulgação tendo como origem a fonte Principal ou Secundária a qual está relacionado.

Desse modo, concentramos a origem dos acesso a três fontes principais: Portal do Senado, Facebook e Sites externos (representado pelo site Canal do Ensino).

Figura 21 - Origem dos acessos



#### 4. CONCLUSÃO

Antes da criação da página da Biblioteca do Senado no Facebook, a Biblioteca Digital do Senado Federal – BDSF não possuía nenhum canal dinâmico oficial para a divulgação de seus conteúdos. O uso das mídias sociais permitiu à Biblioteca do Senado trabalhar o *marketing* de seu principal conteúdo de alcance externo.

Como a Administração Pública prezar pela *accountability* de suas ações, esse projeto procurou identificar se a divulgação da BDSF e seus conteúdos pela página do Facebook da Biblioteca do Senado de fato geraram impacto na quantidade de acessos à Biblioteca Digital.

Os dados da amostragem analisados identificaram um impacto positivo no número de acessos nas datas em que a BDSF foi divulgada pelo Facebook. Durante os anos de 2013 e 2014 os picos de acesso mensais relacionados ao uso do Facebook correspondem a 64% de todos os acessos. Verificou-se que tanto nos dias em que a BDSF quando algum de seus conteúdos foram divulgados pela Página da Biblioteca do Senado também foram registrados picos de acesso.

A principal diferença identificada nos dados levantados entre os anos 2013 e 2014 foi a dinâmica de acessos aos itens da BDSF após sua divulgação, sendo observado um retorno ao patamar anterior à divulgação em 2013 e acessos mais frequentes após a divulgação em 2014.

O maior impacto de acessos à BDSF foi causado por uma publicação da página do CNJ no Facebook, seguido por uma publicação da página do Senado Federal também no Facebook, na época “Agência Senado”. Publicações no portal do Senado na *Internet* também foram responsáveis por picos no tráfego de acessos em alguns meses, porém com alcance consideravelmente menor.

O trabalho de verificação do impacto de uma ação de *marketing* envolve muitas variáveis. Sendo assim, também o levantamento dos dados para essa pesquisa e a análise dos dados exigiram uma análise cuidadosa. São vários os fatores que podem contribuir para o sucesso de uma publicação nas mídias sociais: horário, dia da semana, qualidade do texto e da imagem utilizados, compartilhamento por um *gatekeeper*. Assim mesmo, se o contexto em que a publicação foi feita não for o mais adequado os resultados podem vir a ser negativos.

Os resultados alcançados para a BDSF demonstraram ser positivos, tanto no dia da divulgação quanto nos dias imediatamente após. Os dados indicam que a divulgação da BDSF pelas mídias sociais parece ter um efeito cumulativo: à medida que as pessoas conhecem seu acervo e a marca ganha credibilidade, a divulgação gera um impacto mais prolongado. Indicam também que parcerias com outras instituições devem ser consideradas para a divulgação de conteúdos de interesse mútuo.

A BDSF é um instrumento democrático que permite aos cidadãos ter acesso a informações que ajudarão a compreender melhor o processo legislativo e o embasamento das decisões tomadas pelos parlamentares durante seus mandatos. Ela também permite que os cidadãos acompanhem a evolução do debate sobre temas de seu interesse, indo além das informações disponibilizadas pelos grandes canais de informação que possuem sua própria agenda, não tendo espaço para cobrir todos os debates que ocorrem nas casas legislativas. Desse modo as pessoas conseguem levar para a esfera pública debates mais fundamentados e compartilhem

as fontes de informação de seu interesse, utilizando ferramentas como as mídias sociais para tentar lançar em um macro ambiente debates que anteriormente estavam restrito a pequenos grupos locais.

A Biblioteca Digital do Senado é uma porta aberta para que a população compreenda melhor o Parlamento Brasileiro e assim exerça melhor sua cidadania. Portanto, todo investimento para divulgar seu conteúdo é válido, inclusive, como demonstrado neste trabalho, a sua divulgação pelas mídias sociais.



## 5. BIBLIOGRAFIA

ALCANTARA, André Luiz Lopes de; VIEIRA, Simone Bastos. **A Biblioteca Digital Do Senado Federal E O Dspace**. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/242986>>. Acesso em: 04 dez. 2014.

AMARAL, Sueli A (Org.). **Marketing na Ciência da Informação**. Brasília: Editora UnB, 2007.

ANDRADE, Camila Cardoso de; CARDOSO, Ana Maria Pereira. O acesso à informação pública no Brasil: a Lei 12.527/2011 e as práticas sociais. In: MOURA, Maria Aparecida. **A construção social do acesso público à informação no Brasil: contexto, historicidade e repercussões**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

BERNARDES, Marciele Berger. **Democracia na sociedade informacional**. Saraiva: São Paulo, 2013.

BIBLIOTECA DO SENADO. Página do Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/BibliotecadoSenado>>. Acesso em : 17 jul. 2015.

BRASIL.Congresso Nacional. Senado Federal. Comissão Biblioteca Digital. **Projeto biblioteca digital do Senado Federal : informação para todos**. [s.n]: Brasília, 2006. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/99288>> . Acesso em: 30 nov. 2014.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da Republica Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 2012.

CNJ. Conselho Nacional de Justiça. Página do Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/cnj.oficial>>. Acesso em: 17 jul. 2015.

COSTA, Clara B. **Curtiu? : a experiência da Biblioteca do Senado Federal no uso das mídias sociais**. In: Seminário Nacional de Documentação e Informação Jurídica, 4. Florianópolis: FEBAB, 2013. Disponível em: <<http://portal.febab.org.br/anais/article/view/384> >. Acesso em: 17 jul. 2015.

DELARBRE, R. T. Internet como expressão e extensão do espaço público. In: Revista Matrizes , v. 2, n. 2, p. 71-92, 2009. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/102/162>>. Acesso em: 11 jul. 2015.

GOMES, Wilson. Democracia digital : que democracia? In: MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia (Org.). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo : Hucitec, 2010

GOOGLE ANALYTICS. Conta da Biblioteca Digital do Senado Federal. Disponível em: <<https://www.google.com/analytics/>>. Acesso em: 17 jul. 2015.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLER, Philip; LEE, Nancy. **Marketing no Setor Público** : um guia para um desempenho eficaz. Porto Alegre: Bookman, 2008.

LIMA, Marcia H. T. de Figueredo; CORDEIRO, Helena Cristina Duarte; GOMES, Claudiana Almeida de Souza. Antecedentes e perspectivas do direito à informação no Brasil: a Lei de Acesso à Informação como marco divisor. In: MOURA, Maria Aparecida. **A construção social do acesso público à informação no Brasil**: contexto, historicidade e repercussões. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de gestão pública contemporânea**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. O processo de construção de políticas de informação. In: MOURA, Maria Aparecida. **A construção social do acesso público à informação no Brasil**: contexto, historicidade e repercussões. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

SENADO FEDERAL. Página do Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SenadoFederal>>. Disponível em: 17 jul. 2015.

WEBER, Larry. **Marketing to the social web**: how to digital customer communities build your business. New Jersey: John Wiley & Sons, 2007.

WILLIAMSON, Andy. **Social Media guidelines for parliaments**. Version 1. Geneva: IPU, 2013. Disponível em: < <http://www.ipu.org/PDF/publications/SMG2013EN.pdf>>. Acesso em: 17 jul. 2015.

