



UnB

Universidade de Brasília (UnB)
Faculdade de Ciência da Informação
Biblioteconomia

Tamiê Moraes de Sousa

**Tendências em bibliotecas universitárias. As mídias sociais aplicadas na BCE-
UnB.**

Brasília
2019

Tamiê Moraes de Sousa

**Tendências em bibliotecas universitárias. As mídias sociais aplicadas na BCE-
UnB.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

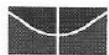
Orientadora: Flor de María Silvestre Estela

Brasília
2019

S725t Sousa, Tamiê Moraes de
Tendências em bibliotecas universitárias. As mídias
sociais aplicadas na BCE-UnB. / Tamiê Moraes de Sousa;
orientador Flor de Maria Silvestre Estela. -- Brasília,
2019.
84 p.

Monografia (Graduação - Biblioteconomia) -- Universidade
de Brasília, 2019.

1. Tendências em bibliotecas universitárias. 2. Uso de
mídias sociais . 3. Bibliotecas universitárias. 4. BCE -
Universidade de Brasília. I. Silvestre Estela, Flor de Maria
, orient. II. Título.



Título: Tendências em Bibliotecas Universitárias. As mídias sociais aplicadas na BCE-UNB.

Aluno: Tamiê Moraes de Sousa.

Monografia apresentada à Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Brasília, 04 de julho de 2019.

Flor de Maria Silvestre Estela - Orientadora
Professora da Faculdade de Ciência da Informação (UnB)
Doutora em Ciência da Informação

Elton Mártires Pinto - Membro
Professor da Faculdade de Ciência da Informação (UnB)
Mestre em Ciência da Informação

Sônia Araújo de Assis Boeres - Membro
Doutora em Ciência da Informação

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a toda minha família, por apoiar minha mudança de curso, e ter paciência em todas as minhas indecisões.

A minha mãe, Adriana, que sempre esteve ao meu lado, me guiando e me ajudando, meu porto seguro e meu maior apoio em toda a vida. Sem você eu não seria metade do que sou hoje. Muito obrigada por me fazer ser mais forte e persistir comigo todos esses anos. Te amo muito!

Ao meu pai, Dénys, e a Cris, que me deram todo o apoio que eu precisava sempre, e se preocuparam que eu estivesse sempre bem. Muito obrigada!

Ao Kcal, que me ajudou nas partes mais difíceis e inteligentes, sempre tendo paciência de me ensinar.

As minhas melhores amigas Helena, Mayara e Luara, que até hoje não entenderam porque eu escolhi fazer biblioteconomia, mas comemoraram comigo cada linha escrita nesse TCC. Obrigada por todas as risadas, festas, conversas e momentos que passamos juntas. Amo vocês.

Minhas amigas da tradução, que mesmo não termos terminado o curso juntas, continuamos como se nada tivesse acontecido. Claudia e Fernanda, só a gente sabe o que passamos naquela aula de latim.

Minhas amigas da biblio, sem vocês eu teria desistido no primeiro semestre. Obrigada por cada trabalho feito, cada aula juntas e principalmente pelo nosso café da manhã especial de sempre na 403 norte. Mafê, Larissa, Ana e Ylk, foram muitos momentos difíceis, mas olha só, dá pra terminar sim! A vez de vocês vai chegar também, não desistam.

Meu primo, Pedro, que me ajudou demais nesse trabalho, me dando dicas e me explicando quase tudo, além de todas as traduções muito bem feitas. Obrigada!

A minha professora orientadora Flor Estela, que me acolheu e me ajudou em cada passo do trabalho, me explicando tudo e me incentivando sempre.

A todos os professores da UnB, com os quais eu tive o prazer de ter aula, e contribuíram para todo o meu conhecimento e crescimento.

Aos membros da banca, muito obrigada pela oportunidade de ser avaliada por vocês.

Enfim, a todo mundo que esteve ao meu lado antes e durante esse processo, inclusive pra quem achou que esse momento não iria chegar.

RESUMO

As bibliotecas universitárias estão acompanhando as novas tendências tecnológicas que estão surgindo, como o uso das mídias sociais para se comunicar com os novos usuários das gerações digitais, que incorporaram a tecnologia em todos os aspectos de suas vidas, incluindo suas vidas acadêmicas. Para analisar essa interação dos usuários e os serviços de mídias aplicadas pelas bibliotecas universitárias, esse trabalho descreveu o uso das mídias sociais aplicadas na Biblioteca Central da Universidade de Brasília. A metodologia consistiu em uma análise qualitativa com aplicação de entrevista, sendo entrevistados 30 usuários da biblioteca, entre alunos de graduação, pós-graduação e não-alunos da UnB. Foi possível identificar que o *Instagram* é a mídia social da BCE mais utilizada pelos usuários, seguido do *Facebook*. Também se verificou que o principal motivo de consulta das mídias é o uso para informes de horários e avisos sobre funcionamento. Portanto, a análise dos dados coletados aponta que os usuários estão interagindo com as mídias sociais e a biblioteca tem acompanhado as tendências internacionais.

Palavras-chave: Tendências em Biblioteca Universitária. Biblioteca Universitária. Uso das Mídias sociais. Universidade de Brasília.

ABSTRACT

University libraries are following the new emerging trends, such as the use of social media to communicate with new digital generations' users, who are incorporating technology in all aspects of their lives, including the academy. With the purpose of analyzing this communication, this study described social media usage and interaction trends at the University of Brasilia Central Library. Our methodology consisted of a qualitative analysis with interviews, such as 30 library users, between UnB's graduation students, post-graduation students and non-students. It was possible to identify *Instagram* as the most used social media by these users, followed by *Facebook*. It was also verified that the top reason for media usage are reports on services' timetables and hours of operation. The analysis of the data collected indicates that users are interacting with social media and that the library has been following international trends.

Keywords: Trends in Academic Libraries. Academic Libraries. Social Media usage. University of Brasília.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Tabela do NMC para prazos aplicados as tendências	27
Figura 2– Tabela classificando as datas específicas das gerações.	34
Figura 3– Mídias sociais mais ativas no Brasil.	37
Figura 4 – Mapa das Universidades que utilizam mídias sociais.	40
Figura 5– Página inicial do <i>site</i> institucional da BCE.....	42
Figura 6– Página da BCE no <i>Facebook</i>	43
Figura 7 – Página da BCE no <i>Instagram</i>	44
Figura 8 – Página da BCE no <i>Twitter</i>	44
Figura 9 – Imagem explanatória da lista de transmissão da BCE no <i>Whatsapp</i>	45
Figura 10 – Foto do aviso sobre as redes sociais no espaço físico da biblioteca.	45
Figura 11 – Imagem da primeira publicação da BCE no <i>Facebook</i>	55
Figura 12 – Primeira postagem da BCE no <i>Twitter</i>	56
Figura 13 – Primeira postagem da BCE no <i>Instagram</i>	56

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Tendências tecnológicas citadas pelas instituições internacionais.	35
Tabela 2 – Ano de criação das mídias sociais.	37
Tabela 3 - Tabela objetivos x perguntas.	53
Tabela 4 – Relação entre idades dos alunos da UnB e não-alunos.....	61
Tabela 5 – Áreas de estudos humanas e sociais relacionadas com grau.....	63
Tabela 6 – Áreas de estudos exatas e saúde relacionadas com grau.....	63
Tabela 7 – Relação entre idade e anos de estudo na UnB.	64

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Relação de gerações, anos, autores e características.	33
Quadro 2 - Caracterização da amostra e do universo.	48
Quadro 3 – Relação entre gerações e idades, apresentando características.	62
Quadro 4 – Esquema de termos mencionados, separados por assunto.	67
Quadro 5 – Esquema de termos mencionados em relação a pergunta 10.	70

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Relação dos entrevistados.	60
Gráfico 2 – Mídias sociais utilizadas pelos entrevistados.	64
Gráfico 3 – Relação do uso das mídias com as gerações dos entrevistados.	65
Gráfico 4 – Mídias sociais da BCE conhecidas pelos usuários.	66
Gráfico 5 – Ano de início da utilização das mídias pelos usuários.	68
Gráfico 6 – Relação entre os anos relatados e implementação na BCE	69

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ALA	American Library Association
IFLA	International Federation of Library Associations
ACRL	Association of College & Research Libraries
SCONUL	Society of College, National & University Libraries
NMC	New Media Consortium
BCE	Biblioteca Central
UNB	Universidade de Brasília
BU	Biblioteca Universitária
MEC	Ministério da Educação
SINAES	Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior
CPA	Comissão Própria de Avaliação
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
USP	Universidade de São Paulo
SCIB	Serviço Central de Informações Bibliográficas
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFC	Universidade Federal do Ceará
UX	User Experience
EEXCESS	Enhancing Europe's eXchange in Cultural Educational and Scientific reSources
LASSIE	Libraries and Social Software in Education
UFG	Universidade Federal do Goiás
UNICAMP	Universidade de Campinas
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UCB	Universidade Católica de Brasília
IMEPAC	Instituto Master De Ensino Presidente Antônio Carlos
UNIFIMES	Centro Universitário De Mineiros
UNICAP	Universidade Católica de Pernambuco
UFRPE	Universidade Federal Rural de Pernambuco
SISBI/UEFS	Sistema de Bibliotecas da Universidade Estadual de Feira de Santana

BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
CMS/BCE	Comissão de Comunicação em Mídias Sociais da biblioteca
Secom/UnB	Secretaria de Comunicação da UnB
LIP	Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas
SNBU	Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias
FCI	Faculdade de Ciência da Informação
FACE	Faculdade de Administração, Contabilidade, Economia e Gestão de Políticas Públicas
IDA	Instituto de Artes
FAC	Faculdade de Comunicação
IFIL	Instituto de Filosofia
ELA	Departamento de Estudos Latino-Americanos
FEF	Faculdade de Educação Física
FGA	Faculdade do Gama
FAV	Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária
FT	Faculdade de Tecnologia
FCE	Faculdade de Ceilândia
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
SRV	Serviço de Referência Virtual

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
1.1	Definição do Problema	17
1.2	Objetivo Geral	17
1.2.1	Objetivos Específicos	17
1.3	Justificativa	17
2	REVISÃO DE LITERATURA	19
2.1	Bibliotecas Universitárias	19
2.1.1	Biblioteca Universitária no século XXI	21
2.2	Tendências Tecnológicas em Bibliotecas Universitárias	24
2.2.1	Valorizando a Experiência do Usuário.....	27
2.2.2	Estudo de Usuários por Gerações.....	30
2.3	Mídias Sociais	36
2.3.1	Mídias Sociais nas Bibliotecas Universitárias.....	38
2.3.2	Mídias Sociais na BCE-UnB.....	41
3	METODOLOGIA	47
3.1	Procedimentos Metodológicos da Pesquisa	47
3.2	Caracterização da Amostra	48
3.3	Instrumento e Coleta de Dados	49
3.4	Estrutura da Entrevista	50
3.4.1	Pergunta Filtro	51
3.4.2	Pré-teste da Entrevista	51
3.4.3	Relação dos Objetivos com os Instrumentos de Coleta de Dados	52
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	54
4.1	Mídias sociais aplicadas na BCE.	54
4.2	Uso das Mídias Sociais pelos Usuarios da BCE-UnB	60

4.2.1	Característica dos Participantes	60
4.2.2	Geração dos Usuários da BCE-UnB	61
4.2.3	Uso das Mídias Sociais na BCE-UnB.....	66
4.2.4	Sugestões dos Usuários em Relação as Mídias Sociais.....	70
5	CONCLUSÕES	72
5.1	Recomendações.....	74
6	REFERÊNCIAS.....	76

1 INTRODUÇÃO

A biblioteconomia tem sua história caminhando junto com a história da sociedade organizada, a qual conhecemos graças aos registros preservados desde cedo. Desde as tábulas, das bibliotecas antigas de pedra, da revolucionária criação do papiro, do trabalho dos monges copistas, da criação da profissão de guardião do conhecimento, as modernizações de catálogos até as bibliotecas digitais. Passando sempre por inovações, acompanhando as tecnologias e o andamento das suas comunidades, a ciência da informação desempenha papel fundamental em vários aspectos da vida moderna.

Atualmente, como será apresentado ao longo deste trabalho, as instituições trabalham para identificar novas tendências tecnológicas, sociais, governamentais, econômicas, educacionais, entre outras, buscando sempre a melhoria dos serviços da ciência da informação e também a integração com a sociedade como usuária.

Além disso, as principais instituições internacionais da comunidade de ciência da informação estão dedicando seu tempo e esforço coletivo para reproduzirem relatórios anuais ou bianuais sobre tendências, seus usos, seus desafios, suas vantagens e suas previsões de aplicação ou implementação. Como veremos neste trabalho, instituições de renome como a ALA, IFLA, ACRL, SCONUL, NMC tem diversas análises importantes para o futuro das bibliotecas e dos bibliotecários.

A pesquisa desenvolvida neste trabalho foi criada para atender os objetivos específicos e, fundamentalmente, o objetivo geral. Primeiro, é apresentada uma revisão de literatura dos temas pertinentes com o foco do trabalho, sendo eles bibliotecas universitárias, tendências tecnológicas em bibliotecas universitárias (com subdivisão para tendências em relação ao usuário) e mídias sociais (que também apresenta as mídias sociais na BCE-Unb). Após a revisão de literatura, é introduzido o método de pesquisa com os procedimentos metodológicos, caracterização da amostra e instrumento e coleta de dados. A seguir, a análise de resultados conclui a pesquisa, e logo após são evidenciadas as conclusões feitas a partir de todo o trabalho e análises. Por fim, as referências bibliográficas fecham o conteúdo do trabalho.

1.1 Definição do Problema

O problema apresentado nesse trabalho envolve as mídias sociais como tendência na BCE e comunicação com o usuário. Sendo sempre o foco principal das instituições de informação, o usuário deve ser ouvido e analisado para compreender seus receios, suas necessidades e suas sugestões.

Com o advento das tendências, já estudadas, analisadas e apresentadas, cabe ao profissional da informação saber aplicá-las da melhor maneira dentro de suas capacidades, tentando inovar e ir além do que lhe é proposto. Cada instituição deve aproveitar as tendências que lhes cabem, seja naquele momento ou no futuro, mas também pensando em abranger novas tendências e expandir seus serviços.

Por isso, foi escolhida para análise neste trabalho uma tendência social, relacionada com o usuário e as mídias sociais, suas interações e utilizações, dentro do universo da biblioteca universitária.

1.2 Objetivo Geral

Descrever as mídias sociais aplicadas na Biblioteca Central da Universidade de Brasília e suas principais aplicações por parte dos seus usuários.

1.2.1 Objetivos Específicos

1. Identificar as mídias aplicadas na BCE-UnB;
2. mapear as mídias mais usadas pelos usuários da BCE-UnB;
3. descrever a interação dos usuários no uso das mídias sociais na BCE-UnB

1.3 Justificativa

A justificativa do trabalho vem de uma necessidade de estudo das populações que estão utilizando as tendências nas bibliotecas, mesmo que sem saber. Alguns pesquisadores já estão desenvolvendo trabalhos baseados nas tendências e inovações nas bibliotecas, como Estela (2019), Jesus e Cunha (2019a), Abadal e Anglada (2017), Marcial (2017), entre outros.

O momento atual também traz um novo tipo de usuário para as bibliotecas universitárias, os nativos digitais. Ao ingressarem nas universidades, esses usuários esperam que os serviços ofertados estejam acompanhando sua vida cotidiana, como veremos mais adiante, evidenciado por Gottschalg-Duque (2017), Vieira (2017), Salcedo e Alves (2018) e Zanitelli e Tomaél (2016).

É importante entender se as mídias sociais estão contribuindo para as missões de pesquisa e extensão das bibliotecas universitárias e como as novas tendências podem ajudar os bibliotecários atingir esse objetivo da melhor maneira.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Bibliotecas Universitárias

A biblioteca universitária contribui para o sucesso dos alunos da universidade (HÜBNER, 2014, p. 17) por isso o Ministério da Educação (MEC) realiza avaliações nas instituições e um dos princípios avaliados é a existência da biblioteca e seus conteúdos. Segundo o Manual de Verificação *in loco* das Condições Institucionais (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2002) a comissão verificadora irá analisar o espaço físico, acervo e serviços, com base em critérios e aspectos pré-definidos neste manual. Além disso, algumas universidades realizam avaliações próprias, como por exemplo o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), criado pela UnB-CPA (Comissão Própria de Avaliação), instituída pela Lei 10.861/2004. O SINAES avalia internamente as instituições, incluindo o item BU (ESTELA; CUNHA, 2017, p. 176). De acordo com Estela e Cunha (2017), em pesquisa realizada baseada nesse sistema na Biblioteca Central da UnB, ainda há muito o que mudar nas BUs em questão de infraestrutura, serviços e acervo.

O Ensino Superior e a bibliotecas universitárias se unem para formar a base do progresso nacional em termos profissionais e econômicos, sendo estas unidades de apoio às atividades de ensino, pesquisa e extensão (PASSOS; VARVAKIS, 2017). Estão conectadas e vivem em uma relação de simbiose, “a biblioteca universitária é uma organização sem autonomia própria, sendo dependente da universidade à qual pertence. O seu relacionamento com a sociedade se faz através da universidade e não diretamente” (TARAPANOFF, 1981, p. 9).

Voltando ao começo das bibliotecas universitárias, temos a análise de Morigi e Souto (2005) afirmando que elas surgiram em um momento da Idade Média, antes do Renascimento:

A princípio elas estavam ligadas às ordens religiosas, porém já começavam a ampliar o conteúdo temático além da religiosidade. Estas bibliotecas são as que mais se aproximavam do conceito atual de biblioteca como espaço de acesso e disseminação democrática de informação. O número de estudantes universitários aumentou, ocasionando o crescimento também da produção intelectual. Os livros ainda eram manuscritos o que dificultava a reprodução

destes para o estudo. No momento em que a Idade Média entrava em decadência dando espaço ao Renascimento, difundiu-se na Europa a tecnologia dos tipos móveis, criada por Gutenberg (MORIGI; SOUTO, 2005, p. 191)

Essas bibliotecas eram constituídas de doações de reis, aristocratas, autoridades religiosas e alunos universitários que doavam suas anotações, criando um registro das aulas, que eram feitas somente com a oralidade (CARVALHO, 2004). Quando a cultura cresce e se expande, a biblioteca universitária a acompanha. As explorações além-mar trouxeram novas perspectivas para a ciência, desafiando mais a religiosidade e utilizando as bibliotecas como fonte de saber, ganhando mais espaço, autenticidade e autonomia (MORIGI; SOUTO, 2005, p. 192). Assim aconteceu no mundo inteiro, não deixando o Brasil e suas Universidades de fora.

A leitura e o livro chegam em solo brasileiro, segundo Rubens Borba de Moraes (MORAES, 2006, p. 8-9 *apud* CUNHA; DIÓGENES, 2016), a partir da segunda metade do século XVI, com a instalação do Governo em Salvador - BA, em 1549. Os jesuítas tiveram importante participação nessa criação das bibliotecas, pois era responsabilidade deles a implementação dos colégios no país. Por isso, “com a expulsão da Companhia de Jesus, as bibliotecas sofreram um grande golpe. Todos os bens foram confiscados, livros retirados dos colégios ficaram amontoados em lugares impróprios durante anos e a quase totalidade das obras foi destruída, roubada ou vendida como papel velho” (MORAES, 2006, p. 8-9 *apud* CUNHA; DIÓGENES, 2016). Cunha e Diógenes (2016) seguem discorrendo sobre a implementação das bibliotecas universitárias no Brasil:

No início do século XX, quando o Brasil estava ainda em um estágio incipiente do desenvolvimento do ensino superior, foi elaborada a legislação sobre o funcionamento de bibliotecas ligadas aos Institutos de Ensino Superior, na ocasião em que o Presidente Campos Sales aprovou, em 1º de janeiro de 1901, o código dos Institutos Oficiais do Ensino Superior e Secundário. Lemos e Macedo (1975, p. 167) comentam que em seu décimo nono capítulo, se referia detalhadamente ao funcionamento das bibliotecas, especialmente as de uso do corpo docente e dos alunos, mas franqueadas a todas as pessoas (CUNHA; DIÓGENES, 2016, p. 101).

As décadas de 40 e 50 trouxeram grande aumento na criação de bibliotecas universitárias, consideradas hoje as mais importantes do país, como a Biblioteca Central da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), em 1945; a Biblioteca Central da Universidade de São Paulo (USP), em 1947; o Serviço Central de

Informações Bibliográficas (SCIB) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), em 1959 e “assim, foram se sucedendo a criação de BU como, em 1957, a Biblioteca Central da Universidade Federal do Ceará (UFC)” (CUNHA; DIÓGENES, 2016, p. 102), dentre outras mais que vieram depois e têm igual importância nos dias atuais. A Biblioteca Central da Universidade de Brasília (UnB) já trouxe uma quebra de tradição das BUs no Brasil:

Acompanhando a trajetória de renovação do ensino superior, em 1962 foi criada a Biblioteca Central da Universidade de Brasília (UnB), opondo-se à tradição inadequada de múltiplas bibliotecas dispersas nas várias unidades de ensino das universidades – um sistema oneroso que gerava duplicações desnecessárias de acervo e de processos técnicos e administrativos. A UnB implantou no País o conceito de BU com centralização total. Desde então, percorreu uma trajetória de mudanças, recuos e avanços (CUNHA; DIÓGENES, 2016, p. 103).

Foi em 1968 que a Reforma Universitária exigiu obrigatoriedade de uma biblioteca universitária em cada instituição (CARVALHO, 2004, p. 84-85).

Durante a história, muitas bibliotecas universitárias sofreram prejuízo ou ameaças, como é o caso da Biblioteca Central na Universidade de Brasília, que em 1964 foi invadida pela Polícia Militar do Estado de Minas Gerais, que “interditou o edifício da Biblioteca Central, revistou armários e gavetas e separou os materiais considerados subversivos pelo regime militar” (UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 2019).

Portanto, é por isso que autores como Thompson e Carr (1995) explanam que o caráter e a eficácia de uma universidade podem ser medidos pelo tratamento que se dá a sua biblioteca, considerando sua subsistência como uma necessidade primária e vital. São esses valores que fazem com que a biblioteca universitária continue atuando ativamente dentro das universidades e buscando inovações e novas tecnologias para se ajustarem às necessidades dos usuários.

2.1.1 Biblioteca Universitária no século XXI

Devido às novas tecnologias, as bibliotecas estão tendo que se adaptar, como antes também fizeram, para poder atender melhor seus usuários. A transição da informação no formato físico para o digital obriga as bibliotecas a repensarem como seus espaços estão sendo utilizados (BEARD; BAWDEN, 2012). Pensando em espaço físico, a biblioteca moderna requer vários novos ambientes que acomodem

seus usuários, como computadores, espaços de estudo coletivo, projetores, etc., transgredindo, assim, o seu uso para além de apenas um espaço que detém informação (BRYANT; MATTEWS; WALTON, 2009). Atualmente, tanto a biblioteca quanto o bibliotecário têm papéis de transformação na informação e em seus usuários.

Ao que diz respeito às mudanças nas bibliotecas universitárias, Costa (2017) afirma que deve haver uma reestruturação da cultura, para que as BUs mantenham sua supremacia como fonte de informação, e alinhem-se às novas tendências. Além disso, França e Souza (2016) concluem que há necessidade de atualizar os espaços físicos e os serviços oferecidos nas BUs, sendo que ambos aspectos sirvam de base para melhor atendimento ao usuário, buscando “soluções para atender suas demandas pontuais, de modo estruturado, possibilitando-lhes maior autonomia” (FRANÇA; SOUZA, 2016, p. 2).

A missão dos bibliotecários continua sendo a organização, análise, classificação e preservação para que toda a informação continue disponível para o público (BAILIN; GRAFSTEIN, 2012). Só que agora, esta missão está conectada às novas tecnologias e tendências, já que o usuário também está em fase de transformação. Sobre as bibliotecas universitárias, Cunha (2010) afirma que “essas bibliotecas, juntamente com as suas instituições mantenedoras, públicas ou privadas, têm sido consideradas, de forma inconteste, como as principais fornecedoras do conhecimento registrado”. Esse fato baseia-se na posição da biblioteca como fonte de informação confiável, tendo grande importância, especialmente para usuários da academia.

O futuro das bibliotecas universitárias prevê implementação de “tendências quanto às funções e atividades, espaços, serviços de informação e os suportes da informação” (PASSOS; VARVAKIS, 2017). Apesar disso, na academia, a expectativa dos usuários será de um serviço 24/7 para o acesso à informação de qualquer lugar, de forma digital (DHAMDHERE, 2012, p. 12). O acesso remoto é uma das grandes promessas das bibliotecas do futuro. Em 2012, Bailin e Grafstein observaram que o serviço de referência virtual e por telefone era um meio de comunicação com os estudantes e com o corpo docente mesmo não estando presente na biblioteca. Sua maior preocupação, no entanto, era que a biblioteca universitária iria se transformar em uma instituição que apenas fornece informação, e não é utilizada fisicamente pelos discentes e docentes da universidade. Por isso a necessidade dos bibliotecários de reorganizar o espaço da biblioteca, atraindo mais os seus usuários e também os não-

usuários, sendo esta citada por vários autores, como Beard e Dale (2010), que afirmam a premência de um espaço para a biblioteca se manter relevante, e indo além, expõem o apuro do usuário universitário em receber uma literacia ampla de conteúdos relevantes no mundo digital, que precisam ser filtrados para o uso acadêmico.

Na biblioteca 2.0, evidenciada por Michael Casey, em seu blog em 2005, e definida por Maness (2007) como “a aplicação de interação, colaboração, e tecnologias multimídia baseadas em web para serviços e coleções de bibliotecas baseados em web”, os serviços da Web 2.0 se somam aos serviços e coleções da biblioteca. “Suas características principais são: é centrada no usuário; é uma experiência multimídia; é rica socialmente; e, é comunitariamente, inovadora.” (AGUIAR, 2012, p. 19). Dentro desse mundo que é e pode ser a biblioteca 2.0, estão as redes sociais e seu uso para interação e integração com o usuário. Jesus e Cunha (2012b) e Maness (2007) já falavam sobre suas utilizações e benefícios para a comunidade das bibliotecas universitárias, principalmente para uso do serviço de referência e marketing. Aguiar (2012) também disserta sobre a importância da biblioteca 2.0 para atingir a geração Y, uma geração que vive em função da tecnologia, e acabou se distanciando da biblioteca “tradicional”.

Analisada por Aguiar (2012): o conceito...

não se resume simplesmente à aplicação da tecnologia, é uma mudança de atitude, uma nova maneira de se relacionar, interagir e se comunicar com o usuário, de oferecer produtos e serviços informacionais, o âmbito da biblioteca. [...] A missão da BU se mantém, porém os meios usados para alcançar seus objetivos se alteram, bem como seu papel. Na busca de um melhor desempenho, as bibliotecas utilizam-se cada vez mais da TICs, entre as quais destacam-se as redes sociais (AGUIAR, 2012, p. 33-34)

“No entanto, independente do espaço-tempo da análise, é possível constatar que a biblioteca universitária é focada como um dos pilares do seu macroambiente, gestora do conhecimento nele produzido e/ou que nele circula” (CARVALHO, 2004). A biblioteca universitária continuará sendo fonte principal de informação dentro da academia, mantendo seus serviços originais e encontrando novas maneiras de se comunicar com o seu usuário, atendendo às suas necessidades de inovação e modernização. Por isso, a mudança da biblioteca tradicional com o avanço da tecnologia e as novas tendências vai afetar os serviços, o perfil dos usuários jovens universitários e o perfil do profissional da informação. Serão apresentadas algumas das principais tendências e suas relações com os usuários, serviços e profissionais que trabalham com elas.

2.2 Tendências Tecnológicas em Bibliotecas Universitárias

Tendência pode ser definido como “Evolução de algo num dado sentido; orientação.”, segundo o dicionário Michaelis (2019). No caso das bibliotecas, as tendências são inovações, transformações, expectativas, alterações, adaptações e desenvolvimentos na área da ciência da informação, com uso nas instituições e foco nos usuários.

Várias instituições globais apresentam *trend reports*, a cada dois anos, por exemplo, ou cinco anos, variando entre elas. Podem ser citadas a ALA (American Library Association¹), ACRL (Association of College & Research Libraries²), IFLA (International Federation of Library Associations³), SCONUL (Society of College, National & University Libraries⁴) e NMC (New Media Consortium⁵). A continuação, descreveremos cada uma delas.

American Library Association (ALA)

A ALA (Associação Americana de Bibliotecas) é a maior e mais antiga associação de bibliotecas do mundo. Alguns valores da Associação são expandir os serviços das bibliotecas nos Estados Unidos e no mundo todo, ter um ambiente aberto, inclusivo e colaborativo, ética, profissionalismo e integridade, excelência e inovação, sustentabilidade, entre outros.

A ALA dispõe de um Centro para o Futuro da Bibliotecas, que trabalha para identificar as tendências relevantes para bibliotecas e centros de informação. Essas tendências ao total são 39 e foram divididas em sete categorias (*STEEPED*, em inglês):

- Sociedade;
- tecnologia;
- educação;

¹American Library Association. Disponível em: <http://www.ala.org/tools/future/trends>

²Association of College & Research Libraries. Disponível em: <http://www.ala.org/news/member-news/2018/07/acrl-releases-2017-academic-library-trends-and-statistics>

³International Federation of Library Associations. Disponível em: <https://www.ifla.org/libraries-development>

⁴Society of College, National & University Libraries. Disponível em: <https://www.sconul.ac.uk/sites/default/files/documents/SCONUL%20Report%20Mapping%20the%20Future%20of%20Academic%20Libraries.pdf>

⁵New Media Consortium. Disponível em: <https://www.nmc.org/publication/nmc-horizon-report-2017-library-edition/>

- meio ambiente;
- política (e governo);
- economia;
- demografia.

O Centro agrupa especialistas e inovadores para identificar tendências relevantes para as bibliotecas e suas comunidades, promover técnicas futuristas e inovadoras para ajudar bibliotecários a definir seus futuros e construir conexões com especialistas e pensadores para ajudar bibliotecas a direcionar questões emergentes. Algumas tendências tecnológicas já envolvem tecnologias avançadas como inteligência artificial, uso de *drones*, reconhecimento facial, robôs, realidade virtual e internet das coisas.

A ACRL opera dentro da ALA, mas tem seus objetivos focados nas bibliotecas universitárias. Anualmente é publicado um relatório de “Tendências e Estatísticas na Biblioteca Universitária”, iniciado em 2000 e o mais atual sendo de 2017, que descreve as coleções, o pessoal (bibliotecários e colaboradores), os gastos e os serviços das atividades das bibliotecas universitárias em todas as classificações impostas por Carnegie. O relatório é passível de compra online pelo *website* da ACRL⁶.

IFLA (International Federation of Library Associations)

IFLA (Federação Internacional de Associação de Bibliotecas) é o principal organismo internacional que representa os interesses das bibliotecas e dos serviços de informação e seus usuários. Foi formada em 1927, em Edimburgo, na Escócia e atualmente possui mais de 1400 membro em 140 países no mundo todo.

A IFLA criou um único *trend report* em 2013 e desde então vem o alterando e o atualizando a cada ano. Segundo a instituição, o usuário ou bibliotecário pode utilizar esse relatório para descobrir as tendências base, encontrar as atualizações anuais, consultar os documentos da revisão de literatura feita para criar o relatório, usar a bibliografia do documento ou acessar o fórum de discussões e contribuir para o estudo das tendências (IFLA, 2018).

⁶ <https://www.alastore.ala.org/content/2017-acrl-academic-library-trends-and-statistics-carnegie-classifications-associates-arts>

SCONUL (Society of College, National & University Libraries)

SCONUL (Sociedade de Bibliotecas de Faculdades, Nacionais e Universitárias) representa todas as bibliotecas universitárias do Reino Unido e Irlanda, assim como as bibliotecas nacionais e de faculdades do Reino Unido. Promove consciência do papel das bibliotecas acadêmicas em apoiar pesquisas e realizações estudantis, e representa seus valores e interesses ao governo.

A SCONUL apresenta um relatório de tendências para o futuro “Mapeando o Futuro das Bibliotecas Universitárias”, de 2017, com 5 tendências relevantes:

- Bolsas de estudos “*datafied*”;
- Aprendizado conectado;
- Bibliotecas com serviços orientados;
- Identidades desfocadas;
- Pressões contextuais intensificadas.

Cada uma dessas tendências foi estudada pela organização e pretende ajudar nos desafios do uso constante das bibliotecas nos dias atuais. Além disso, o relatório mostra os desafios e oportunidades, também como posicionar a biblioteca, a questão da comunicação e da mudança, a construção de novos paradigmas e termina fazendo recomendações aos bibliotecários do futuro.

NMC (New Media Consortium)

O NMC é uma comunidade internacional de peritos em tecnologia educacional. Tem como missão ajudar instituições como universidades, museus, faculdades, entre outros atingirem tecnologias inovadoras. A comunidade realiza pesquisas, tendências e eventos para compartilhar as inovações com seus membros. Dentre uma das pesquisas realizadas pela instituição, e seus respectivos relatórios, está a “Edição de Bibliotecas”, lançado a cada ano, trazendo as tendências e desenvolvimentos tecnológicos, além de apresentar um plano de cinco anos para o futuro da ciência da informação.

O último relatório lançado sobre bibliotecas foi em 2017, uma parceria do *New Media Consortium* (NMC), *University Of Applied Sciences* (HTW) *Chur*, *Technische Informationsbibliothek* (TIB) e *Eth Library*.

Esse relatório apresentou as tendências:

- No curto prazo (1-2 anos):
 - Gestão dos dados da pesquisa.
 - Valorização da experiência do usuário.
- Em médio prazo (3-5 anos):
 - Apoio à criatividade dos usuários.
 - Redefinição dos espaços da biblioteca.
- No longo prazo (5 anos ou mais):
 - Ações colaborativas e coletivas.
 - Evolução da natureza da comunicação científica.

A partir das tendências indicadas pela NMC (ADAMS BECKER; CUMMINS; DAVIS, 2017), descreveremos a que está em relação com o estudo de usuários.

2.2.1 Valorizando a Experiência do Usuário

Considerando os usuários como principal beneficiário de nossos serviços, será analisada a segunda tendência apresentada no relatório: Valorizando a experiência do usuário. Essa tendência é indicada como *short-term*, ou seja, a curto-prazo (adoção de tecnologias avançadas na biblioteca universitária para o próximo um ou dois anos).

Figura 1 - Tabela do NMC para prazos aplicados as tendências



Fonte: NMC Report 2017 - <http://cdn.nmc.org/media/2017-nmc-horizon-report-library-EN.pdf>

Experiência do usuário é definida pelo relatório como “a qualidade das interações da pessoa com os serviços e produtos” (ADAMS BECKER; CUMMINS; DAVIS, 2017, p. 20, tradução nossa), e o *Nilsen & Norman Group* (2019) sintetiza “Experiência do usuário engloba todos os aspectos da interação do usuário final com a instituição, seus serviços e seus produtos” (NORMAN; NILSEN, 2019, tradução nossa). Isso significa que o termo pode abordar a interação dos usuários com a biblioteca através de *websites*, mídias sociais e sistemas operacionais, além de possibilitar a aplicação dessa tendência em espaços físicos.

Um dos focos da biblioteconomia sempre foi e sempre será o usuário. Portanto, analisar seu comportamento e interação dentro da instituição biblioteca e com seus serviços ajuda os bibliotecários e profissionais da área a entender melhor os seus usuários e, assim, apresentar melhores serviços e informações mais direcionadas às suas necessidades.

A tendência Valorizando a Experiência do Usuário está sendo analisada pela NMC desde 2015, também sendo classificada como uma tendência a curto-prazo. Em um primeiro momento, refere-se ao design das plataformas *onlines*, apontando que a primeira impressão é crítica no mundo digital e a interface dessas plataformas deve incluir “descobertas, conveniência, acessibilidade, valor, credibilidade, e usabilidade.” (JOHNSON; ADAMS BECKER; ESTRADA; FREEMAN, 2015, p. 16). Neste relatório, é mencionado o uso das mídias sociais e dispositivos móveis como uma adaptação dos *websites* para *smartphones* e *tablets*, e uma inclusão de componentes sociais.

No relatório de 2017, o NMC aponta que os bibliotecários estão compreendendo melhor seus usuários através de análises de recursos que combinam pesquisas e estudos etnográficos, com métricas digitais que capturam o modo de acessar e utilizar os recursos digitais da instituição. “Um enfoque holístico à experiência de usuários das bibliotecas considera a experiência na biblioteca desde vários pontos de contato, incluindo a sinalização, a busca e recuperação de textos, e toda a experiência da web através de uma variedade de dispositivos.” (ADAMS BECKER; CUMMINS; DAVIS, 2017, p. 20, tradução nossa). Esses dados são importantes para aprimoração dos serviços e até dos espaços da biblioteca, como mostra uma pesquisa realizada pela *Grand Valley State University Libraries*, descobrindo que ao exibir os dados de uso do espaço da biblioteca seria possível informar aos usuários sobre os espaços livres (ADAMS BECKER; CUMMINS; DAVIS, 2017, p. 20).

A experiência do usuário pode ser melhorada através de pensamentos focados nas suas necessidades, para isso utiliza-se pensadores de *design*, que ajudam a acomodar essas necessidades nas inovações da biblioteca com melhores estratégias pensando no usuário e possíveis usuários. A Universidade de Tecnologia de Sydney utilizou esse pensamento e conduziu uma extensa pesquisa para entender melhor seus usuários e reger uma revisão de sinalização. Isso porque a pesquisa revelou que os bibliotecários erroneamente acreditavam que as informações dispostas nos avisos em letreiros eram suficientes para suprir as dúvidas dos usuários. Além disso, muitos problemas apareceram, incluindo linguagem confusa e demasiados avisos (LUCA; NARAYAN, 2016 *apud* ADAMS BECKER; CUMMINS; DAVIS, 2017).

A Biblioteca Pública de Chicago, junto com a Biblioteca Pública de Aarhus na Dinamarca, a fim de melhorar a experiência do usuário, criaram um conjunto de ferramentas para:

guiar as bibliotecas pela inspiração, idealização, e iteração. Os acionistas das bibliotecas podem aprimorar o planejamento e o design ao observar os desafios e oportunidades para gerar e testar novas ideias - e a partir disso implementar as que se provem ser benéficas para seus usuários (ADAMS BECKER; CUMMINS; DAVIS, 2017, p. 20, tradução nossa).

Isso mostra que muitas bibliotecas estão desenvolvendo meios de valorizar a experiência do usuário e usar essas ferramentas a seu favor, com planejamento e ações direcionadas. Além disso, a comunidade da ciência da informação está se ajudando. Existem grupos como o User Experience Group, que realiza reuniões mensais para desenvolver metas e práticas e compartilhar ideias e recursos. Também existem treinamentos presenciais e conferências globais de diversos grupos para explorar o campo da UX e compartilhar seus próprios resultados.

Um ótimo exemplo de projeto é o EEXCESS (Enhancing Europe's eXchange in Cultural Educational and Scientific reSources). Pensando nas informações mais específicas e difíceis de acessar para o usuário, o projeto planeja automaticamente analisar as pesquisas do usuário e apresentar recomendações de documentos em bases de dados como a Europeana, EconBiz (literatura de economia) e Mendeley (artigos científicos de múltiplas disciplinas) (EEXCESS, 2013).

Tudo isso mostra que as bibliotecas estão bem concentradas em fazer com que a experiência do usuário seja a melhor possível, já que esta é vital para os serviços das bibliotecas universitárias se manterem atualizados e úteis, ao passo das mudanças das necessidades dos usuários, com o advento das novas tecnologias

(ADAMS BECKER; CUMMINS; DAVIS, 2017, p. 21). E para isso é preciso entender bem o usuário, principalmente seus perfis, tanto etnográficos quanto inovadores.

2.2.2 Estudo de Usuários por Gerações

O termo “usuário” é comumente utilizado na Ciência da Informação para referir-se a pessoas, grupos ou instituições que utilizam os serviços da biblioteca ou centro de informação (CUNHA, et. al., 2015). Segundo Estela (2019) existem dois grupos principais (terminologias mais utilizadas) que definem os usuários de uma biblioteca:

- Usuários reais: que frequentam a biblioteca e utilizam seus serviços e espaços frequentemente.
- Usuários potenciais: os usuários que não utilizam a biblioteca nem seus serviços, mas deveriam.

O usuário da biblioteca universitária deve ser oriundo da universidade, por isso recorrem às suas bibliotecas institucionais para suprir as suas necessidades informacionais, considerando as BUs como fonte de informação confiável (CUNHA, 2010). O espaço da BU e seus serviços são criados para atender os seus usuários, estudantes de graduação ou pós-graduação, professores ou pesquisadores, por isso toda a logística da biblioteca é pensada em relação a este grupo, desde as aquisições até os espaços de estudo.

Nem sempre esse é o caso, segundo Cunha e Estela (2017) em pesquisa realizada relacionada às BUs “Os ambientes da BCE/UnB nos últimos anos foram convertidos num lugar acessível para os chamados “concurseiros” os quais ocupam os espaços destinados para os estudantes” (ESTELA; CUNHA, 2017, p. 181). Isso pode demonstrar uma lacuna para o meio de acesso à informação na sociedade brasileira, quando a falta de bibliotecas públicas de qualidade para a população interfere na atuação das bibliotecas universitárias, que acabam sendo sobrecarregadas por usuários que não atendem a missão da BU.

Por isso, o estudo de usuários ajuda a biblioteca a entender como deve se comportar em relação a sua sociedade. Estes estudos evoluíram de uma cultura que pesquisava apenas como a biblioteca poderia fornecer informação para pesquisas mais profundas, para se conhecer quem, onde e como se está consumindo essa informação, surgindo então uma abordagem social de estudo, além das habituais abordagens tradicionais e alternativas (ESTELA, 2019, p. 37).

Ao conciliar tais pesquisas e estudos com o social, percebeu-se uma mudança de comportamento no usuário da biblioteca universitária. O novo usuário, estudantes que ingressam na universidade e começam a frequentar a biblioteca para pesquisas, vêm de duas gerações: Y e Z, os chamados nativos digitais. Essas gerações são marcadas por terem nascido nas duas últimas décadas do século XX e “São indivíduos que assimilaram a tecnologia e cresceram com ela” (ZANINELLI; TOMAÉL; et.al, 2016, p. 151). Esses usuários estão tão acostumados com a tecnologia em todo o seu mundo, literalmente na palma da sua mão, em seus *smartphones*, que esperam que na biblioteca não vá ser diferente, por isso a necessidade da BU se adaptar e atender suas expectativas.

[...] os nativos digitais apresentam um perfil diferenciado das gerações mais antigas, justificando que os ambientes informacionais, como as bibliotecas universitárias, se adaptem à nova necessidade informacional dos usuários nativos digitais, uma vez que estes são e serão os futuros usuários desses ambientes, e a intimidade deles com a tecnologia faz-nos repensar no formato do desenvolvimento e no processo de entrega dos produtos e serviços de informação (ZANINELLI; TOMAÉL; et.al, 2016, p. 151).

Isso propõe aos bibliotecários e gestores de bibliotecas a pensarem mais próximos dos novos usuários, aliando-se às novas tecnologias para garantir a continuidade do usuário nos seus centros de informação.

Gottschalg-Duque (2017) apresenta um estudo realizado nos Estados Unidos: *The net generation: a strategic investigation*, produzido pela New Paradigm/nGenera, que classificou as gerações Y, X e *baby-boomers*.

Em suma, a geração X é a mudança do mundo rural para o urbano, com pouca tecnologia e acelerado crescimento urbano, por isso difere da geração Y, já que esta não teve muito contato com produtos tecnológicos (GOTTSCHALG-DUQUE, 2017, p. 165).

A geração Y é constituída por indivíduos nascidos ao fim da década de 1970 até o início da década de 1990, conhecidos como *millennials*. “Essa geração é caracterizada pela tecnologia. Ela nasceu e cresceu em uma época de explosão social. Muita e rápida prosperidade econômica, grande desenvolvimento tecnológico e urbanização ascendente” (GOTTSCHALG-DUQUE, 2017, p. 165), sendo que suas relações sociais foram completamente afetadas pelas tecnologias e isso criou um grande conflito com as gerações anteriores. Também são denominados de “geração internet”, já que esta esteve presente em suas vidas desde que nasceram, portanto,

as pessoas dessa geração sabem utilizar dispositivos digitais portáteis e interagir com serviços na web e redes sociais (ESTELA, 2019, p. 44).

Quando pensamos em informação, a geração Y tem grandes expectativas, sentindo “necessidade de controlar o máximo possível a informação que necessitam/têm acesso. Essa informação tem de estar disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, em qualquer lugar e em qualquer registro necessário.” (GOTTSCHALG-DUQUE, 2017, p. 166).

A geração Z consiste nos nascidos ao final dos anos 90 até os dias atuais, e assim como a geração Y, são nativos digitais, nascidos imersos na tecnologia. Por isso se adaptam muito bem a ela, tendo-a como necessidade de vida, adotando as mídias sociais como parte integrante das suas socializações e comunicações (GOTTSCHALG-DUQUE, 2017, p. 166-167). Historicamente essa geração vivenciou um período de recessão, o que a tornou mais responsável com suas finanças e os levaram a buscar empregos que tragam satisfação profissional e pessoal. Socialmente caracterizam-se por serem menos preconceituosos e mais abertos a novas ideias, e atualmente esses jovens adultos já começam a frequentar universidades (GOTTSCHALG-DUQUE, 2017, p. 167).

Se a geração Y possui a necessidade de informação 24/7, a geração Z vai mais além, são considerados impacientes e “fazem uso constante da comunicação instantânea para interações” (ZANINELLI; TOMAÉL; et.al, 2016, p. 158). Quanto às bibliotecas, os indivíduos dessa geração estão sendo apresentados como “usuários 2.0”, fazendo menção a biblioteca 2.0 e a web 2.0 (já citadas acima). São novos usuários que trazem também uma necessidade de interação com as bibliotecas, de criação e produção (além do apenas consumo de informação) e do compartilhamento de conhecimento, de modo irrestrito (ESTELA, 2019; GONZÁLES, 2017; ZANINELLI; TOMAÉL; et. al, 2016).

O quadro elaborado por Estela (2019) apresenta dados importantes para a análise das gerações digitais e anteriores:

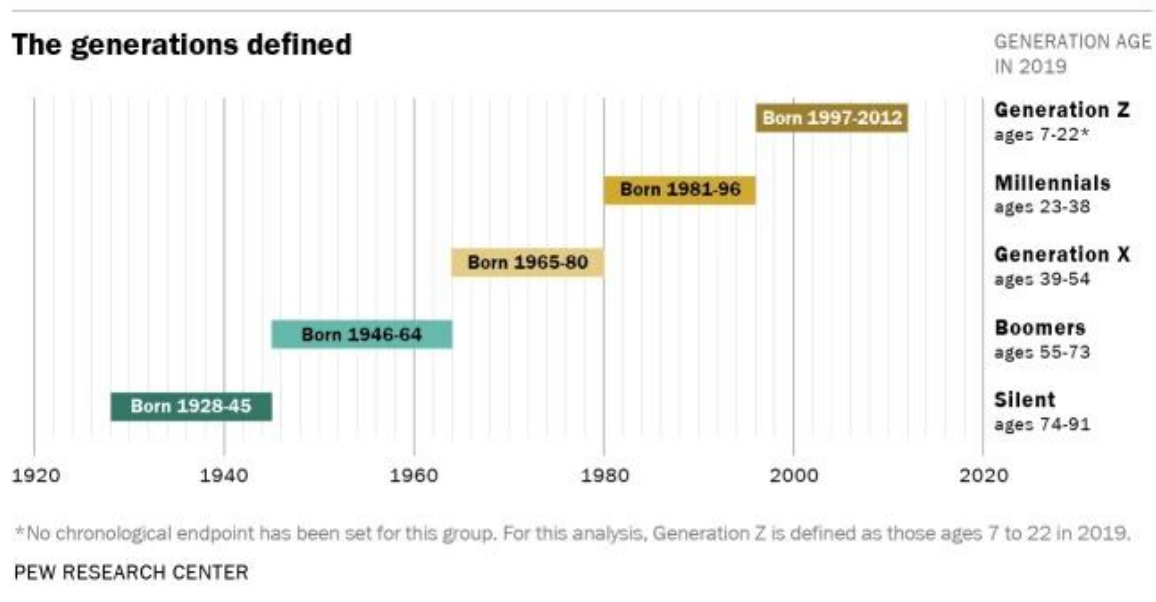
Quadro 1 – Relação de gerações, anos, autores e características.

Tipo	Anos	Autor	Características
Baby Boom Baby Boomers	1946 - 1966	Tapscott (2010) Hernández, Ramírez Martinell e Cassany (2014) CUNHA, <i>et al.</i> , (2015)	Nascidos depois da Segunda Guerra Mundial, os jovens impulsionaram muitas mudanças sociais.
Baby Bust Geração X Geração Coca-Cola	1965 – 1979	Tapscott (2010) Hernández, Ramírez Martinell e Cassany (2014)	Se caracterizam por serem abertos a diversidade e por demandarem controle da sua individualidade.
Geração Y Geração do milênio Geração da internet Geração Einstein Geração net	1977 - 1997 Entre 1980- 1998	Cerbasi e Barbosa (2009) Tapscott (2010) Hernández, Ramírez Martinell e Cassany (2014) CUNHA <i>et al.</i> (2015)	A Internet existe desde que nasceram e faz parte do seu dia-a-dia. Fazem uso de dispositivos digitais portáteis, serviços da web, como o Google, redes sociais, servidores de vídeo on-line, altas velocidades de transferência de dados e grandes oportunidades de interação e inovação.
Geração Z Geração Google Nativo digital Geração 2.0	Década de 90 2000 - 1998 até a atualidade	Cerbasi e Barbosa (2009) Tapscott (2010) Hernández, Ramírez Martinell e Cassany (2014) Cunha <i>et al.</i> (2015)	Eles são nativos, pois são falantes da linguagem digital; Eles nasceram cercados por tecnologia, isso faz parte do cotidiano deles, sentem-se confortáveis em espaços virtuais e lidam com eles de forma muito natural. Eles são usuários autônomos, são produtores de informações que compartilham com seus pares por meio de redes sociais virtuais

Fonte: adaptado de Estela (2019).

Existe divergência entre os autores sobre as datas exatas das gerações, sendo que a maioria cita apenas por décadas. Por isso, para esse trabalho, foram escolhidos os estudos da *Pew Research Center*, uma organização empenhada em medir as atitudes do público em questões-chave e documentar as diferenças nessas atitudes em todos os grupos demográficos. Em sua pesquisa, a organização apresenta o gráfico a seguir, com anos definidos para cada geração, destacando as que estão sendo estudadas nesse trabalho: Geração X (1965-80), geração Y ou *millennials* (1981-96), geração Z (1997-2012) (DIMOCK, 2019).

Figura 2– Tabela classificando as datas específicas das gerações.



Fonte: Pew Research (2019).

Pensando nesses aspectos, as instituições globais da ciência da informação apresentam várias tendências tecnológicas ligadas aos usuários, e estudadas para aplicação nas bibliotecas. Todos os relatórios apresentados acima falam do usuário em pelo menos uma de suas tendências.

Alguns exemplos de tendências sociais a serem citados:

Tabela 1 - Tendências tecnológicas citadas pelas instituições internacionais.

INSTITUIÇÃO	TENDÊNCIAS
ALA	Anonimidade; Co-working e co-living; Impacto coletivo; Lugar de criações criativas; Fandom; Movimento de criadores; Micro-mobilidade; Deslocamento de privacidade; Leitura curta.
IFLA	As sociedades híper-conectadas irão dar ouvidos e poder a novas vozes e a novos grupos; Balconização da internet e o aumento da personalização automatizada; Riqueza de informação ou sobrecarga de informação? As bênçãos e as maldições da abundância de escolhas; O papel da literacia informacional; A tendência rumo a intimidade nas redes sociais; Híper-conectividade - desafios e oportunidades; Tendências demográficas; Recursos de educação aberta e o crescimento da importância da aprendizagem informal e não-formal.
SCONUL	Bolsas de estudos “datafied”; Aprendizado conectado; Bibliotecas com serviços orientados; Identidades desfocadas; Pressões contextuais intensificadas.
NMC	Usuários como criadores; Repensando os espaços da biblioteca; Valorizando a experiência do usuário.

Fonte: elaboração própria.

Muitas tendências e estudos de usuários também citam e pesquisam as mídias sociais e suas colaborações para o futuro das bibliotecas universitárias, já que estão completamente conectadas às vidas dos usuários 2.0. As mídias sociais já vêm acompanhando muitas BUs e seus serviços estão cada vez mais ampliados para contribuir com a nova biblioteca 2.0.

2.3 Mídias Sociais

As mídias sociais (ou redes sociais) surgiram há pouco tempo. Tomael e Marteleto (2006) conceituam as redes sociais:

[...] um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e reconstruindo a estrutura social (TOMAE; MARTELETO, 2006, p. 75)

Apesar de ter surgido sem fins comerciais, a internet começou a abranger redes independentes que permitiam acesso aos usuários, sem depender da rede de acesso do governo americano (TERRA, 2010, p. 15). A autora complementa “Foi no final de 1992 que o primeiro provedor de serviços comerciais *on-line*, o Delphi, ofereceu acesso completo à internet a seus assinantes, caminho seguido por outros provedores depois.” (TERRA, 2010, p. 15).

Com o advento da internet, criou-se a necessidade de as pessoas se expressarem neste meio. Surge, então, a web 2.0, termo primeiramente citado em 2004 por Tim O’Reilly. O conceito da web 2.0 é a integração do usuário com a tecnologia, apresentando “Participação, colaboração e compartilhamento [...] com quem quer que seja em qualquer lugar do mundo.” (SALCEDO; ALVES, 2018, p. 16). A este conceito liga-se a Biblioteca 2.0, evidenciada por Michael Casey e já citada acima.

As mídias sociais entram nesse contexto de colaboração e agregação social na internet, o termo surge do inglês *social media* e “É a comunicação revolucionada do século XXI” (SALCEDO; ALVES, 2018, p. 16). A primeira grande rede social a que se tem registro é SixDegrees.com, lançado em 1997, permitia os usuários a criar perfil e listar amigos, e em 1998 já era possível ver as listas de amigos dos seus amigos. Apesar de essas configurações já existirem em outros *sites* à época, o

SixDegrees.com foi o primeiro a combinar essas aplicações (ACQUISTI; GROSS, 2006). Nos anos 2000 as mídias sociais foram impulsionadas e mais nomes surgiram, como apresentados na tabela:

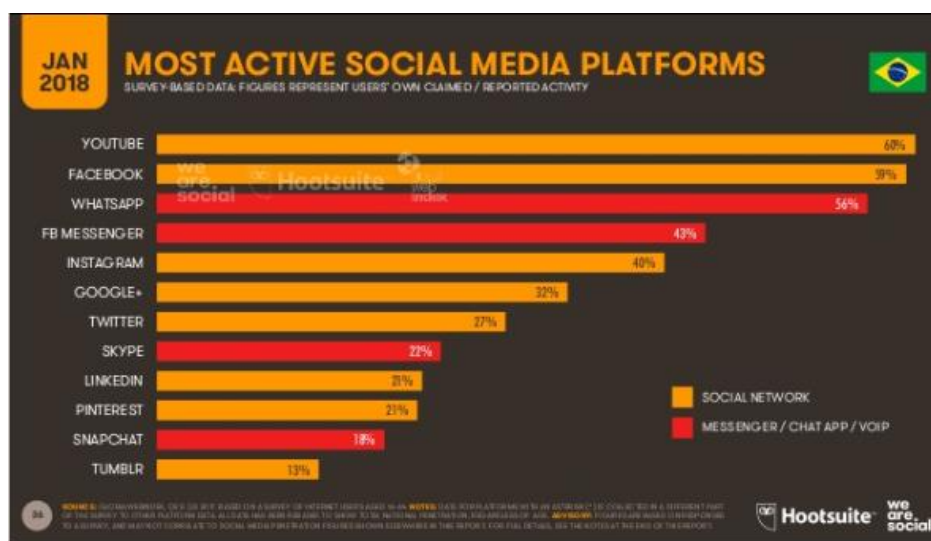
Tabela 2 – Ano de criação das mídias sociais.

ANO	MÍDIA
2002	<i>Fotolog</i>
2003	<i>LinkedIn, Last.FM, Myspace</i>
2004	<i>Facebook (apenas Harvard), Orkut, Flickr</i>
2005	<i>Yahoo! 360, Facebook (highschool), Youtube, Ning</i>
2006	<i>Facebook (público), Twitter, Windows Live Spaces</i>
2009	<i>Whatsapp</i>
2010	<i>Instagram</i>

Fonte: elaboração própria.

Segundo um estudo internacional conduzido pelas empresas *We are Social* e *Hootsuite* (*Digital in 2018: The Americas*⁷), atualmente 62% da população brasileira está nas redes sociais e 57% as utilizam em seus dispositivos móveis. Com relação às mídias mais ativas, o gráfico mostra o *Youtube* em primeiro lugar, o *Facebook* em segundo, *Whatsapp* em terceiro e *Instagram* em quinto:

Figura 3– Mídias sociais mais ativas no Brasil.



⁷ <https://hootsuite.com/resources/digital-in-2018-americas>

Ao longo dos anos, o espaço para as redes sociais cresceu em toda a comunidade virtual, atraindo cada vez mais usuários e também empresas com intuito de divulgação de conteúdo e marketing. Por isso, as bibliotecas não ficaram de fora desse avanço tecnológico, tendo, mais uma vez, que se adaptar para acompanhar o crescimento espacial de seus usuários.

2.3.1 Mídias Sociais nas Bibliotecas Universitárias

O compartilhamento de informações é um dos principais objetivos da biblioteconomia e da ciência da informação em si. Rajagopalan e Rajan, em 1984, interpretaram as 5 leis de Ranganathan, atualizando-as para um contexto da modernidade a época que, assim como as leis originais, ainda se encaixam perfeitamente no contexto atual da ciência da informação. Em uma das “novas” leis discorre-se: “5. um sistema de informação é um organismo em crescimento.” (FIGUEIREDO, 1992, p. 189). Esta quinta lei “[...] prescreve uma abordagem sistêmica para o desenvolvimento de instituições de informação, com um mecanismo auto-adaptador para a natureza dinâmica do universo da informação” (FIGUEIREDO, 1992, p. 189). Ligando essa ideia com as mídias sociais, Tomael e Marteleto (2006, p. 76) complementam: “No ambiente das redes, o compartilhamento de informação e de conhecimento entre as pessoas é constante, pois as pessoas freqüentemente gostam de compartilhar o que sabem.” (TOMAEL; MARTELETO, 2006, p. 76).

Para as bibliotecas, o uso das mídias sociais pode ser contraditório. Jesus e Cunha (2012b) apontam que, segundo Secker (2008), “alguns membros diretores da *Libraries and Social Software in Education* (LASSIE) se mostraram contrários à utilização do *Facebook* dentro das bibliotecas, principalmente por motivos de segurança da informação” e “Segundo o autor, essas redes têm fundamento puramente social, com a função de ser apenas uma distração para as pessoas, não tendo, assim, valor para utilização profissional” (JESUS; CUNHA, 2012b). Neste ponto, Gottschalg-Duque (2017, p. 168) também alerta para o uso devido das mídias sociais nas bibliotecas, explicando que muitas vezes a expectativa de retorno dos resultados é maior do que a realidade, e deve-se saber como utilizar essas mídias para estabelecer um canal de comunicação eficiente.

No Brasil, começamos a ver o uso das mídias sociais nas bibliotecas a partir de 2005. Segundo Gasque (2016), “entre 2005 a 2012 é possível observar o aumento

do uso das mídias sociais nas bibliotecas brasileiras, bem como a quantidade crescente de relatos de experiências e pesquisas sobre o tema.” No trabalho apresentado por Calil Junior, Correa e Spudeit (2013), o tema das mídias sociais em BUs começou a ser publicado em pesquisas a partir de 2010:

14 bibliotecas já possuíam contas e perfis em mídias diversas, contudo sem estudos prévios para planejamento dessas ferramentas de comunicação e interação com os usuários. Em apenas 4 trabalhos havia relatos da criação de políticas de conteúdo que seriam postados nessas mídias, mostrando que as unidades de informação ainda não estão completamente preparadas para usar e monitorar essas mídias (CALIL JUNIOR; CORREA; SPUDEIT, 2013).

Entretanto, nos trabalhos analisados pelos autores o blog foi a mídia mais citada “os blogs aparecem em primeiro lugar, seguidos pelo *Twitter* e Orkut. Curiosamente, o *Facebook* é ultrapassado pelo *Twitter* nas duas análises, apesar de tratar-se da mídia social mais utilizada em todo o mundo” (CALIL JUNIOR; CORREA; SPUDEIT, 2013).

Sobre a implementação das mídias sociais na biblioteca, Sousa e Azevedo (2010) afirmam que o ideal “[...] não é só desenvolver, mas desenvolver estrategicamente pensando na interação” (SOUSA; AZEVEDO, 2010). Isso significa pensar no usuário e encaixar as mídias sociais nas suas necessidades de informação.

Já sobre as funções das mídias nas bibliotecas, Gasque (2016) explana que “o objetivo principal do uso das mídias sociais ainda centra-se na promoção dos serviços e produtos da biblioteca.” (GASQUE, 2016, p. 17), mas esse cenário pode mudar conforme novos estudos são feitos e novas tecnologias ficam disponíveis e acessíveis “[...] as comunicações informativas começam a ser projetadas para solicitar feedback dos usuários, oferecer serviço ao cliente em tempo real e construir engajamento com os usuários” (GASQUE, 2016, p. 17).

Analisando o texto de Gottschalg-Duque (2017), o autor sugere três possíveis maneiras de utilização das mídias sociais pelas bibliotecas:

- TIC: como um canal de marketing, onde a biblioteca divulga conteúdos informacionais, horários de funcionamento, serviços e novidades, por exemplo.
- Objeto de aprendizagem (O.A.): funciona como um canal educacional para o usuário, onde são postados materiais didáticos ou cursos

fornecidos pelos bibliotecários (como realizar buscas no acervo, por exemplo) ou também links para outras bibliotecas e/ou textos.

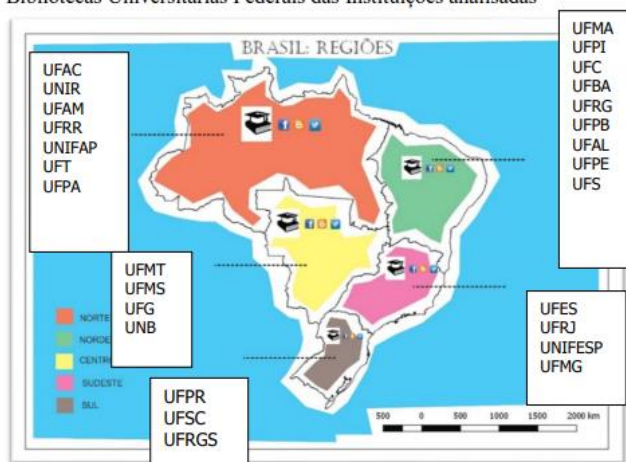
- Objeto de estudo: segundo o autor, essa é a função mais importante, pois serve como um estudo de como as mídias estão sendo recebidas pelos usuários. Por isso, é importante analisar *feedbacks*, acessos, horários e datas de acessos, termos pesquisados, etc., para que se possa obter uma resposta indireta do usuário e da interatividade das mídias e da biblioteca com o usuário.

O uso das mídias sociais nas bibliotecas universitárias já é uma realidade em quase todo o Brasil. Várias faculdades federais, como UFRJ, UFG, USP, UNICAMP, UFPR, UFMG, dentre outras, já possuem mídias sociais implementadas em suas BUs, e algumas faculdades particulares, como UCB (Brasília), IMEPAC (Araguari) e UNIFIMES (Mineiros). Essas duas últimas já agregam as mídias sociais como serviço de referência em seus *sites*, apesar de serem ligadas à universidade (não apenas ao *site* institucional da biblioteca), a IMEPAC utiliza o Messenger do *Facebook* como chat, e a UNIFIMES utiliza um link direto para o *Whatsapp* da faculdade.

Freitas e Cruz (2018) mapearam o uso das mídias sociais nas bibliotecas universitárias federais, com base no uso do *Facebook*, *Twitter* e Blog:

Figura 4 – Mapa das Universidades que utilizam mídias sociais.

Figura 2 – Bibliotecas Universitárias Federais das Instituições analisadas



Fonte: Freitas e Cruz (2018).

Também pensando nas mídias sociais em bibliotecas, Alves e Salcedo (2018) conduziram uma pesquisa em duas bibliotecas universitárias (UNICAP e UFRPE) sobre o uso das mídias sociais. Suas análises concluíram que, na primeira, a principal rede social utilizada é o *Twitter*, com funções de divulgações e na segunda biblioteca analisada, não existe o uso das mídias sociais. E Silva, Ribeiro e Almeida (2018) analisaram o uso das marcações (como check-ins e menções) no *Facebook* do Sistema de Bibliotecas da Universidade Estadual de Feira de Santana (SISBI/UEFS), concluindo que existe um crescimento da interação usuário-biblioteca.

2.3.2 Mídias Sociais na BCE-UnB

A Biblioteca Central (BCE) da Universidade de Brasília, objeto de estudo desse trabalho, é o órgão “responsável pelo provimento de informações às atividades de Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade.” (UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, 2019). Foi fundada na década de 1960 e inaugurada em 1973 o seu prédio definitivo. Desde então vem se adaptando aos novos conceitos da universidade, como com a automação em 1980, a criação do catálogo on-line em 2000, o lançamento da BDTD em 2005 e do repositório institucional em 2008.

Em 2017 a direção da BCE buscou apoio da Secretaria de Comunicação da UnB, a fim de melhorar seus serviços de comunicação interna e externa. Foi feito então um estudo em parceria com a Secretaria, quando foram sugeridas algumas mudanças no comportamento da biblioteca, incluindo o uso das mídias digitais (DANTAS; KAMA, et.al, 2018, p. 765).

Outro ponto a ser destacado é a necessidade do estabelecimento de diretrizes formais para planejar o uso de mídias sociais em unidades de informação. A definição de objetivos, a capacitação das pessoas responsáveis pelas mídias, a criação de um layout, da arquitetura de informação, monitoramento e avaliação de desempenho são importantes etapas que devem ter diretrizes claras nas unidades de informação (CALIL JUNIOR; CORREA; SPUDEIT, 2013).

A partir dessa parceria, surgiu a Comissão de Comunicação em Mídias Sociais da biblioteca (CMS/BCE), composta por sete bibliotecários e apoio de um estagiário de design gráfico. “A capacitação da Comissão foi realizada com apoio da Secom/UnB, que ofereceu dois treinamentos para a equipe: um workshop em redes

sociais, em maio de 2017; e um workshop em produção de conteúdo, em junho de 2017” (DANTAS; KAMA, et.al, 2018, p. 765).

Grande parte dessa mudança de comportamento da biblioteca em relação ao uso das mídias surgiu com a criação da Comissão de Comunicação em Mídias Sociais da biblioteca (CMS/BCE), pois organizou muito bem o serviço e começou a obter resultados mais concretos.

Por isso, a decisão de obter ajuda da Secretaria de Comunicação da UnB (Secom/UnB) e participar de workshops em comunicação e marketing, revolucionou a maneira como a biblioteca utiliza as mídias sociais. E pode ser que venha a abrir mais espaço para implementação de novas mídias, atualização de conteúdos, pesquisas relacionadas e um diálogo com o usuário, como foi feito nesse trabalho.

Atualmente, a BCE possui páginas vinculadas no *Facebook*⁸, *Twitter*⁹ e *Instagram*¹⁰ além do *site* institucional¹¹, e-mails de contato e lista de transmissão no *Whatsapp*.

Figura 5– Página inicial do *site* institucional da BCE.

The screenshot shows the homepage of the Universidade de Brasília Biblioteca Central. At the top, there is a navigation bar with contact details: phone (61) 3107-2676, email informacoes@bce.unb.br, and a search icon. The main header includes the university logo and name, and the operating hours: "Horário de Funcionamento: das 00h de segunda-feira às 23:45h de sexta-feira (24 horas). Sábados, domingos e feriados das 07:00h às 18:45h (em regime de plantão). *serviços reduzidos no período da madrugada e nos plantões." Below this is a horizontal menu with links: INÍCIO, SOBRE A BCE, SERVIÇOS, BASES DE DADOS, BIBLIOTECAS SETORIAIS, FALE CONOSCO, AJUDA, and MINHA CONTA. The central area features a search bar with "Busca Integrada" and "Catálogo Online" tabs, and a "Pesquisa Integrada" section with a search input field and a "pesquisar" button. To the right, there are six circular icons representing services: Empréstimos, Capacitação, Funcionamento, Bases de Dados, Bibliotecas Digitais, and Bases de EBooks. At the bottom, there is a dark blue banner with the text "Lista de Transmissão no Whatsapp da BCE!" and a WhatsApp icon, and a section for "Informações Importantes" with a link to "Fichas Catalográficas".

Fonte: <https://www.bce.unb.br/>

⁸ <https://www.facebook.com/unb.bce>

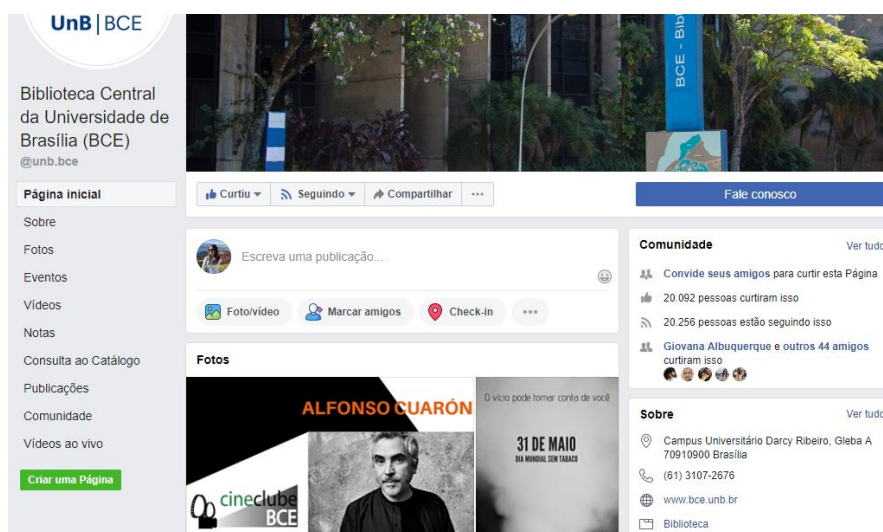
⁹ <https://twitter.com/bceunb>

¹⁰ <https://www.instagram.com/bceunb/>

¹¹ <https://www.bce.unb.br/>

Analisando as mídias (junho de 2019¹²) de modo geral, vemos que o *Facebook* apresenta 20.092 curtidas e 20.256 pessoas seguindo a página. A sessão “sobre” traz o endereço físico da biblioteca, telefone para contato, link para o *site* institucional e link para mídias de outras bibliotecas, como da Câmara dos Deputados. Os posts do *Facebook* tratam de campanhas, sugerem bases de dados para pesquisa, treinamentos online, avisos, clube de leitura, eventos e infográficos.

Figura 6– Página da BCE no *Facebook*.

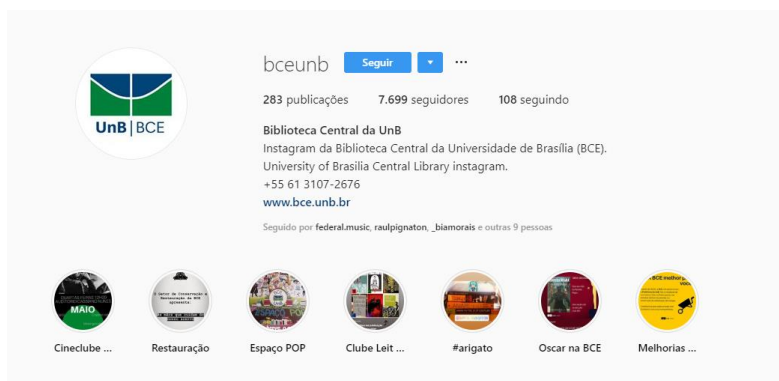


Fonte: https://www.facebook.com/unb.bce/?ref=br_rs

O *Instagram* da BCE possui 7.699 seguidores, e 283 publicações. Na parte da “bio” consta o telefone para contato e o link para o *site* institucional. Os posts dessa mídia são voltados para avisos, eventos, campanhas, fotos do espaço físico, clube de leitura, vídeos, infográficos e curiosidades. Os posts são adaptados para esta mídia, apresentando mais imagens e menos textos, assim como imagens de pessoal e interação com os usuários. Também há uma sessão dos “destaques”, com imagens do “Cineclube”, “Restauração”, “Espaço POP”, “#arigato”, “Oscar na BCE”, “Melhorias”.

¹² Dados coletados no dia 19 de junho de 2019. Os dados fornecidos podem ter sofrido alterações.

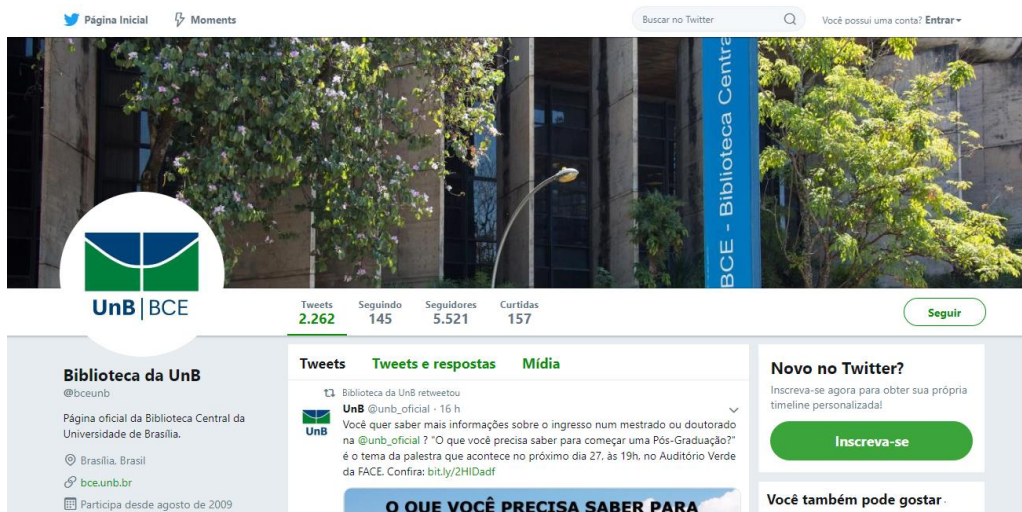
Figura 7 – Página da BCE no *Instagram*.



Fonte: <https://www.instagram.com/bceunb/>

O *Twitter* traz 5.521 seguidores da página e 2.262 posts. Seus conteúdos variam entre avisos, eventos, funcionamento, bases de dados, link de notícias e posts das outras mídias da biblioteca. Na descrição da página também há o link para o *site* institucional.

Figura 8 – Página da BCE no *Twitter*.



Fonte: <https://Twitter.com/bceunb>

Pelo *Whatsapp*, são divulgados avisos, eventos, clube de leitura, correlacionados com os posts das outras mídias da biblioteca.

Figura 9 – Imagem explanatória da lista de transmissão da BCE no *Whatsapp*



Fonte: <https://www.bce.unb.br/wp-content/uploads/2018/11/WhatsApp-Image-2018-11-12-at-11.16.05.jpeg>.

No espaço físico da biblioteca, há um aviso sobre as mídias, localizado na entrada da biblioteca, atrás das ilhas de atendimento. O aviso apresenta três mídias (*Instagram, Facebook, Twitter*) e o *site* institucional, com os dizeres “Acompanhe-nos em nosso *site* e redes sociais!”.

Figura 10 – Foto do aviso sobre as redes sociais no espaço físico da biblioteca.



Fonte: imagem própria.

Em 2013, Vinhal realizou uma análise comparativa entre os posts nas mídias sociais das bibliotecas da UnB e da UFG. A BCE-UnB apresentou, à época, os seguintes dados:

- *Twitter*: maior parte dos posts caracterizado como “Informes”, seguido de “Notícias”, “Novas aquisições” e “Sobre as redes sociais”. Outros temas descobertos foram “Eventos fora BC”, “Serviços BC”, “Eventos BC”, “Usuários”, “Datas comemorativas”, “Frases e imagens reflexivas”, “Nº estatísticos BC” e “Marketing”.
- *Facebook*: maior quantidade de posts foi o termo “Informes” seguido, em ordem, de “Eventos fora BC”, “Notícias”, “Eventos BC”, “Serviços BC”, “Datas comemorativas”, “Usuários”, “Frases e imagens reflexivas”, “Marketing” e “Enquetes”. (VINHAL, 2013, p. 46-47).

No ano dessa pesquisa, ainda não fora adotado pela BCE-UnB o *Instagram* ou o *Whatsapp*.

A fim de obter mais informações sobre as mídias sociais, foi realizada uma entrevista com as bibliotecárias da Comissão, Larissa Sampaio e Ana Kama, que será descrita na apresentação e análise dos resultados desse trabalho.

3 METODOLOGIA

O presente capítulo descreverá os aspectos metodológicos, o tipo de pesquisa, a amostra e o instrumento para coleta de dados. A coleta de dados foi feita por meio de entrevista, a qual está composta pelo pré-teste e aplicação de perguntas filtro, com o propósito de cumprir os objetivos planejados para a presente pesquisa.

3.1 Procedimentos Metodológicos da Pesquisa

A pesquisa apresentada neste trabalho busca uma compreensão pessoal dos usuários da BCE-UnB, por isso está enquadrada no método de pesquisa qualitativa.

Qualitativo: foca mais na compreensão do objetivo da pesquisa, possuindo uma amostragem pequena e sem quantificar valores. Está mais voltada para a área social, e busca compreender a realidade estudada (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 31-32).

Como explicado acima, a pesquisa qualitativa pressupõe uma análise mais completa do indivíduo entrevistado, suas opiniões, razões e modos de observação. Günther (2006) escala características principais da pesquisa qualitativa, em comparação com a quantitativa:

Seguindo o pensamento de Dilthey [...], Flick e cols. (2000) apontam a primazia da compreensão como princípio do conhecimento, que prefere estudar relações complexas ao invés de explicá-las por meio do isolamento de variáveis. Uma segunda característica geral é a construção da realidade. A pesquisa é percebida como um ato subjetivo de construção. Os autores afirmam que a descoberta e a construção de teorias são objetos de estudo desta abordagem. Um quarto aspecto geral da pesquisa qualitativa, conforme estes autores, é que apesar da crescente importância de material visual, a pesquisa qualitativa é uma ciência baseada em textos, ou seja, a coleta de dados produz textos que nas diferentes técnicas analíticas são interpretados hermeneuticamente (GÜNTHER, 2006).

A pesquisa qualitativa apresenta perguntas abertas, cabíveis de interpretação do entrevistado e do entrevistador. Apesar de aberta, a pergunta deve ser direcionada de modo que o entrevistado compreenda e responda dentro dos parâmetros objetivados, para que não ocorra fuga ao tema. Essa abertura também agrega dados não esperados (GÜNTHER, 2006) e permite abordagens de novos temas e questões a serem investigados (SOUZA; BRANCO; OLIVEIRA, 2008, p. 366).

3.2 Caracterização da Amostra

Parte importante de uma pesquisa qualitativa, a amostra se compõe por entrevistados, um grupo selecionado de indivíduos dentro de uma população, que devem ser relevantes para atingir os objetivos da pesquisa.

Marconi e Lakatos (2003) conceituam universo (ou população) e amostra em pesquisas:

Universo ou população:

é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum.” e sobre a delimitação do universo “consiste em explicitar que pessoas ou coisas, fenômenos etc. serão pesquisados, enumerando suas características comuns [...] (MARCONI; LAKATOS, 2013, p. 223).

Amostra:

[...] é ser uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo. [...] ocorre quando a pesquisa não é censitária, isto é, não abrange a totalidade dos componentes do universo, surgindo a necessidade de investigar apenas uma parte dessa população (MARCONI; LAKATOS, 2013, p. 223).

Correlacionando, neste trabalho, o universo são os usuários da BCE-UnB entrevistados, possuindo este aspecto em comum. A amostra foi de tipo aleatória, e são os usuários das mídias sociais da BCE-UnB, conforme apresenta a tabela abaixo. Nesse universo, os indivíduos foram abordados pela pesquisadora no pátio em frente a BCE-UnB, também de forma aleatória.

Quadro 2 - Caracterização da amostra e do universo.

GRUPOS	CARACTERÍSTICAS EM COMUM
UNIVERSO	Usuários da BCE-UnB
AMOSTRA	Usuários das mídias sociais da BCE-UnB: <ul style="list-style-type: none"> • Alunos da graduação • Pós-graduação • Concurseiros

Fonte: elaboração própria.

Foram abordados 67 usuários (universo) e entrevistadas 30 usuários, os quais respondiam ao perfil de nossa amostra de usuário das mídias sociais da BCE-UnB.

3.3 Instrumento e Coleta de Dados

O instrumento que se utilizou para a presente pesquisa foi a entrevista semi-estruturada, levando em consideração que ela permitirá conhecer o perfil de nossos entrevistados.

Leitão (2005) explica que, apesar de serem importantes, em uma biblioteca universitária, “os números [...] não são o instrumento mais adequado para avaliar se os serviços prestados são percebidos como satisfatórios pelos usuários.” e defende o uso de pesquisas qualitativas “Entendendo que a avaliação é uma oportunidade de se estabelecer contato com o usuário para desenvolver relacionamentos e estreitar seus laços [...]” (LEITÃO, 2005, p. 32)

Sobre o método da entrevista, Figueiredo (1977) define o modelo de entrevista semi-estruturada: quando há um roteiro parcial a ser seguido, mas permite aprofundamento das questões julgadas importantes pelo entrevistador.

A entrevista de modelo semi-estruturado foi escolhida para este trabalho, para cumprir seu objetivo principal, a análise das mídias sociais aplicadas na BCE-UnB e suas principais aplicações por parte dos seus usuários.

A entrevista foi aplicada nos dias 04/06 a 10/06 nos períodos da manhã, tarde e noite, no pátio em frente a BCE-UnB. O propósito foi variar os períodos e dias para alcançar mais usuários distintos, e colher uma amostra diversificada.

Tendo em consideração que a nossa amostra são os usuários de mídias sociais da BCE-UnB, foram aplicados filtros antes de continuar a entrevista, também sendo realizado um pré-teste com a finalidade de adequar o nosso instrumento ao perfil dos nossos entrevistados.

3.4 Estrutura da Entrevista

Foram elaborados dois roteiros de entrevista¹³, a serem aplicados um com as responsáveis pelo serviço das mídias sociais na BCE-UnB e o outro com os usuários das mídias sociais da BCE-UnB. Ambos os roteiros apresentam características da entrevista semi-estruturada, estando abertos a possíveis esclarecimentos quanto às questões durante a entrevista, e perguntas adjacentes aos entrevistados para atender novos questionamentos inesperados.

A pré-entrevista foi realizada com as responsáveis pelo serviço das mídias sociais da BCE, Ana Kama e Larissa Sampaio, no dia 04 de junho de 2019, na BCE. Composta de 8 perguntas, essa entrevista nos ajudou a entender como a biblioteca utiliza as mídias sociais.

Foram, então, elaboradas 8 perguntas a fim de responder a este objetivo, e se conectarem à tendência “Valorizando a experiência do usuário” e à análise do uso das mídias sociais em BUs apresentada anteriormente. As perguntas são:

1. Quais mídias sociais são implementadas pela biblioteca?
2. Quando essas mídias foram implementadas nos serviços da biblioteca?
3. Por que a implementação dessas mídias e não de outras?
4. Quais critérios foram adotados para essa escolha?
5. Quais usuários espera-se atingir com o uso dessas mídias?
6. Como é feito o controle de publicações?
7. Quais informações são divulgadas através das mídias?
8. Existe um documento de levantamento de dados relacionados às mídias?

A entrevista 1, realizou perguntas para os usuários da BCE, e foi aplicada nas datas de 04/06 a 10/06. Todos os dados foram transcritos nos dias das coletas. Essa entrevista possui 12 perguntas, sendo a primeira pergunta uma pergunta filtro. Foi dividida em duas partes: as perguntas 1 a 6 atendem ao objetivo específico 2, a fim de traçar os dados demográficos dos usuários da BCE-UnB e filtrar quais são usuários das mídias sociais da BCE-UnB; as perguntas 7 a 12 estão relacionadas ao objetivo

¹³ Ambas as entrevistas estão transcritas no apêndice desse trabalho, assim como a entrevista aplicada no pré-teste.

específico 3, para entender como os usuários das mídias da BCE-UnB estão interagindo com elas.

3.4.1 Pergunta Filtro

A questão “Você é aluno da UnB?” foi a pergunta filtro da entrevista, para poder definir o universo e começar a coleta de dados demográficos. Foram aceitas ambas respostas “sim” ou “não”, alterando apenas a ordem das perguntas. Caso a resposta fosse “sim”, era perguntado se o usuário é aluno da graduação ou pós-graduação, e a entrevista seguia normalmente a ordem de perguntas. Caso a resposta fosse “não” o usuário era questionado sobre o propósito do uso da BCE, e as perguntas 3 e 4 eram puladas e classificadas como “não se aplica”.

3.4.2 Pré-teste da Entrevista

Também foi aplicado um pré-teste, realizado antes das entrevistas, conceituado por Marconi e Lakatos (2003)

A análise dos dados, após a tabulação, evidenciará possíveis falhas existentes: inconsistência ou complexidade das questões; ambigüidade ou linguagem inacessível; perguntas supérfluas ou que causam embaraço ao informante; se as questões obedecem a determinada ordem ou se são muito numerosas etc (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 203).

O pré-teste da entrevista em questão foi realizado para aprimorar a entrevista antes de ser aplicada definitivamente. Foi realizado nos dias 26/05 e 27/05, na UnB e por chamada de vídeo, com três estudantes da UnB e usuários da BCE: dois estudantes da pós-graduação e um da graduação, respectivamente do Departamento LIP, da Faculdade da Ceilândia e do curso de Biblioteconomia.

Ao realizar o pré-teste, foram identificadas algumas complicações na compreensão das perguntas, e divergências quanto às respostas esperadas:

- A inserção da pergunta filtro, para poder prosseguir com a ordem normal das perguntas ou não: “Você é aluno da UnB?” (caso a resposta fosse “não”, a entrevista teria que pular as perguntas número 3 e 4);
- A pergunta sobre “sexo” foi retirada dos dados demográficos, por não importar seu resultado para futura análise da pesquisa;

- Todas as perguntas foram reescritas com conjunções e pronomes para melhor comunicação com o entrevistado;
- Na então pergunta “2c: Faculdade vinculada” os entrevistados responderam apenas UnB, sendo então feita uma modificação para “Qual a sua faculdade ou departamento vinculado na UnB?”, para maior especificação da questão em si;
- A antiga pergunta “3. Usa mídias sociais?” foi modificada para “Usa mídias sociais em geral?” para mais clareza ao comunicar o entrevistado;
- Em face a antiga pergunta “4. Conhece as mídias sociais da BCE?” a maioria dos usuários já responderam junto a próxima pergunta “5. Utiliza as mídias sociais da BCE?”, por isso houve uma modificação na estrutura da antiga pergunta 4 para “Você conhece alguma mídia social da BCE?”, a fim de evitar respostas parecidas;
- As antigas perguntas “6. Para qual propósito? (O que procura nas mídias?)”, “7. Desde quando utiliza?”, “8. Como ficou sabendo?” e “9. Acha o serviço das mídias útil?” tiveram que ser acrescidas da expressão “das mídias da BCE” pois houve equívoco na hora dos entrevistados responderem, confundindo com as mídias sociais gerais, quando a pergunta buscava informação sobre as mídias sociais da biblioteca;

A aplicação do pré-teste nos ajudou a entender melhor como abordar o usuário e quais informações seriam realmente relevantes ou não. As alterações feitas melhoraram a comunicação com os entrevistados, deixando as perguntas mais compreensíveis e também mais próximas dos objetivos do trabalho.

3.4.3 Relação dos Objetivos com os Instrumentos de Coleta de Dados

A finalidade das entrevistas é responder aos objetivos estabelecidos, portanto cada questão foi previamente formulada para atingir certo objetivo específico, que por sua vez, em conjunto, atendem o objetivo geral, conforme mostra a tabela a seguir.

Tabela 3 - Tabela objetivos x perguntas.

Objetivos	Perguntas
OE1. Identificar as mídias aplicadas na BCE	Entrevista aplicada às bibliotecárias da BCE-UnB. Perguntas 1 a 8 da Pré-entrevista.
OE2. Identificar as mídias mais usadas pelos usuários da BCE-UnB	Entrevista aplicada aos usuários da BCE-UnB. Perguntas 1 a 6 da Entrevista 1.
OE3. Descrever a interação dos usuários no uso das mídias sociais na BCE-UnB	Entrevista aplicada aos usuários da BCE-UnB que utilizam suas mídias sociais. Perguntas 7 a 12 da Entrevista 1.

Fonte: elaboração própria.

Após as todas as entrevistas realizadas, foi feita a análise dos dados coletados por meio de gráficos e tabelas elaborados no Excel e correlacionando-os entre todas as perguntas, para, enfim, poder ser cumprido o objetivo geral da pesquisa.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste item do trabalho serão analisados os resultados coletados das entrevistas realizadas com as bibliotecárias da BCE-UnB e com os usuários da BCE-UnB. Os gráficos e tabelas serão desenvolvidos com o auxílio do Excel e as respostas dos entrevistados serão exploradas baseando-se na análise de conteúdo, onde identificaremos categorias de acordo com os objetivos.

Conforme apresentado na metodologia, a “Pré-entrevista” foi realizada com as bibliotecárias da BCE, Ana Flávia Kama e Larissa Sampaio, no serviço de referência da biblioteca. A “Entrevista 1” foi realizada com usuários da BCE, abordados no pátio interno em frente a porta da biblioteca.

A análise da Entrevista 1 também irá relacionar as respostas e os dados obtidos com as tendências analisadas nesse trabalho, no item 2.2 e com a revisão de literatura apresentada no item 2, considerando também as respostas da pré-entrevista, sendo que toda a pesquisa foi necessária para concluir o objetivo geral e objetivos específicos do trabalho.

Primeiramente, será analisada a “Pré-entrevista”, respondendo ao “Objetivo específico 1”. Essa análise será feita através da transcrição direta e indireta das respostas obtidas e da comparação com as tendências observadas e estudadas nesse trabalho. A análise dos resultados será feita através de levantamento dos dados demográficos (presentes nas perguntas 1 a 6 da “Entrevista 1”), com criação de tabelas e gráficos, respondendo ao “Objetivo específico 2” e comparando-os às respostas obtidas na “Pré-entrevista”, com as bibliotecárias da BCE-UnB. Após essa análise, serão avaliadas as perguntas 7 a 12, também da “Entrevista 1”, com apresentação direta e indireta das respostas dos usuários e criação de esquemas para indicação de respostas, respondendo ao “Objetivo específico 3” e comparando-as às respostas obtidas na “Pré-entrevista”, com as bibliotecárias da BCE-UnB.

4.1 Mídias sociais aplicadas na BCE.

Para sanar dúvidas existentes sobre as mídias sociais presentes na BCE-UnB, que não poderiam ser encontradas de modo tão completo em literatura, apresentamos, a partir da entrevista realizada com as bibliotecárias responsáveis

pelos serviços das mídias na biblioteca, informações importantes para a elaboração da entrevista com os usuários, permitindo criar perguntas mais objetivas e pertinentes com os dados apresentados, e cruzar as informações obtidas em ambas as entrevistas. Essas informações foram transcritas a seguir.

Em relação a pergunta “Quais mídias sociais são implementadas pela biblioteca?” foram apresentadas as seguintes mídias: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *site* institucional, lista de transmissão no *Whatsapp* e *Youtube*, sendo este último com a observação de que foi criado para a comemoração dos 50 anos da biblioteca e não é mais alimentado com conteúdo, por falta de pessoal e capacidade técnica.

Quanto a pergunta “Quando essas mídias foram implementadas?”, as bibliotecárias não sabiam as datas ao certo, pois, com a criação da Comissão de Comunicação em Mídias Sociais da biblioteca (CMS/BCE) em 2017, já existiam quatro mídias sociais vinculadas à BCE. Foi através da indicação do artigo apresentado no Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias (SNBU 2018)¹⁴, que constatamos a criação da página do *Facebook* em 2011. As datas do *Twitter* e *Instagram* foram descobertas mais tarde, através de pesquisa pelas primeiras postagens feitas, em 2013 e 2015, respectivamente. A lista de transmissão do *Whatsapp* foi criada em 2018. O *site* institucional foi criado em 1997 (NASCIMENTO, 2006, p. 73).

Figura 11 – Imagem da primeira publicação da BCE no *Facebook*.

Figura 6: Primeira publicação na página oficial da BCE no *Facebook*



Fonte: Página oficial do *Facebook* da BCE/UnB, 2018.

Fonte: (DANTAS; KAMA, et.al., 2018, p. 771).

¹⁴ DANTAS; KAMA, et.al., 2018. Disponível em: <https://www.repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/27708>

Figura 12 – Primeira postagem da BCE no *Twitter*.



Fonte: <https://twitter.com/bceunb>

Figura 13 – Primeira postagem da BCE no *Instagram*.



Fonte: <https://www.instagram.com/bceunb/>

Nesses primeiros momentos, as páginas eram gerenciadas por um estagiário, e as publicações não eram tão constantes como atualmente.

A pergunta número 3 foi facilmente respondida, já que as mídias foram sendo implantadas de acordo com a sua popularidade e importância a época. Isso mostra que os bibliotecários estão sempre atentos a sociedade a sua volta, e usam as ferramentas que lhes é disponível para alcançar seus usuários. Mesmo não havendo uma pesquisa direta, foi notada uma necessidade de estar presente na vida dos usuários, e um dos modos encontrado foi através das mídias.

A pergunta 3 também abriu espaço para uma discussão sobre a atualidade, sendo reportado que a página do *Facebook*, dependendo do assunto, tem mais alcance por causa das opções de compartilhamento acessíveis, ao contrário do *Instagram*, e as publicações mais impactantes tem uma repercussão maior também no *Facebook*.

Quando teve a nota sobre os livros dilacerados, ou coisas muito impactantes, normalmente o *Facebook* tem mais [curtidas]. Por causa da plataforma, ele consegue distribuir melhor [a informação], porque o *Instagram* não tem essa questão do compartilhamento ainda. (entrevista oral)¹⁵

Entretanto, o *Instagram* possui um alcance maior que o *Facebook* rotineiramente e parece estar crescendo entre as mídias implementadas. Já o *Twitter* não é reportado como uma mídia de alcance grande, pela parte de bibliotecas. Essas análises são feitas através das métricas dos próprios aplicativos.

Ao responder à pergunta 4, a bibliotecária explicou que a escolha das mídias é feita de acordo com o objetivo que a elas é dado: atingir o usuário. “Essas mídias são as que a gente enxerga que dá pra passar o conteúdo como a gente quer” (entrevista oral)¹⁶ e cada uma possui um método diferente de cumprir esse objetivo, com vantagens e desvantagens.

Por exemplo, o *Instagram* não permite a colocação de link – que serve para redirecionar o usuário para os canais oficiais da biblioteca e da Universidade - na postagem, ao contrário do *Facebook* e *Twitter*.

Também, o *Instagram* é mais relacionado a comunicação visual, o que serve de vantagem atualmente, como explica Azevedo e Gasque (2017), ao falar das interações dos jovens com as tecnologias: “O leitor proficiente na leitura de textos lineares desenvolve regiões cerebrais especializadas, que estão conectadas para representar e recuperar informações visuais, fonológicas e semânticas.” (AZEVEDO, GASQUE, 2017).

Uma das razões acreditadas pelas bibliotecárias para a parada de crescimento do *Facebook* é a mudança de algoritmo da mídia. Foi relatado que antes da mudança elas entendiam como funcionavam os algoritmos de distribuição, mas agora estudos mostram que as publicações de cunho político e partidário estão tendo mais destaques nessa mídia, o que coloca a biblioteca para trás, já que não trata diretamente de tais assuntos. Apesar de cumprirem outras questões para ganhar destaque na mídia como postagens rotineiras e sempre nos mesmo horários e com comentários.

Além disso, foram citadas pelas bibliotecárias mídias que existem e são populares, mas não foram implementadas pela biblioteca, como o Snapchat, que não serviria tão bem ao objetivo esperado.

¹⁵ Entrevista realizada com Ana Kama, em 04 de junho de 2019.

¹⁶ Entrevista realizada com Ana Kama, em 04 de junho de 2019.

Sobre os usuários que as mídias pretendem atingir, pergunta 5, o foco é a comunidade universitária, composta por alunos, professores, pesquisadores e servidores, sendo esses os usuários que têm cadastro na biblioteca ou podem vir a ter. Mas as mídias servem para fazer um marketing geral também para a comunidade externa, já que muitos usuários não se encaixam nessa comunidade universitária. “A mídia é pra todos esses usuários, tanto os considerados internos quanto externos” (entrevista oral)¹⁷.

Como já citado, um dos objetivos das mídias é levar os usuários para o *site* institucional, onde são postadas reportagens mais completas, com mais informações, o que simplifica as postagens nas mídias. No entanto, não são todas as postagens que também recebem lugar no *site*, por não condizerem com os conteúdos do *site*, como questões comemorativas, *memes*, etc.

Na sexta pergunta temos “Como é feito o controle de publicações?”, respondida tanto na entrevista como posteriormente na leitura do artigo indicado. Antes da criação da Comissão, as publicações eram feitas por pessoas voluntárias, e não havia um padrão nas postagens, “Algumas tentativas de normatização e periodicidade de publicações foram realizadas, contudo nem sempre com êxito, já que nem todos os servidores com acesso à página realizavam postagens com frequência fixa ou com pautas pré-estabelecidas” (DANTAS; KAMA, et.al., 2018, p. 768).

A Comissão foi criada em 2017 e a partir desse momento foram definidas algumas regras. “Uma das primeiras recomendações da Secom/UnB foi a de reduzir o número de servidores que possuíam autorização de postar na página” (DANTAS; KAMA, et.al., 2018, p. 768), também foi atualizada e concretizada uma Política de Moderação da página e a padronização dos avisos e informativos gerais da biblioteca e a inclusão da *hashtag* #PraCegoVer (melhor explicada no artigo citado: Uso de mídias sociais em bibliotecas universitárias: relato de experiência da Biblioteca Central da Universidade de Brasília, de Dantas e Kama, 2018).

Portanto, as publicações são feitas diariamente (com exceção de algum aviso urgente) e cada publicação “pertence” a um membro da comissão, que fica responsável pela imagem e textos vinculados, horário de publicação, etc., passando sempre pela aprovação da Comissão, e em casos específicos pela aprovação da direção da biblioteca.

¹⁷ Entrevista realizada com Larissa Sampaio, em 04 de junho de 2019.

O *Twitter* possui uma exceção, pois é utilizada uma ferramenta de postagens agendadas:

As postagens nessa plataforma são caracterizadas por algo mais instantâneo e direto, logo, as postagens precisam ser um pouco diferentes das demais mídias. Após o uso da ferramenta de programação de postagens e da ressignificação das publicações feitas, percebeu-se um ganho nas interações dos seguidores do perfil da biblioteca no *Twitter* (DANTAS; KAMA, et.al., 2018, p. 766)

As informações divulgadas através das mídias – pergunta número 7 – são:

- Serviços
- Produtos
- Funcionamento
- Datas comemorativas – pré-selecionadas no início do semestre (quando fica definido o membro da comissão que vai ser responsável por qual postagem, sendo no máximo duas postagens por membro – isso cria mais organização)
- Campanhas – por exemplo Semana do Rock, semana LGBT, semana da mulher (sempre com o objetivo de remeter o usuário para os serviços e produtos da biblioteca)

Ao final da entrevista, foram esclarecidas algumas dúvidas pontuais e espontâneas, para isso foi incluída a pergunta “Os comentários das publicações são respondidos?”. A resposta foi que sim, sempre são respondidas dúvidas dos usuários que se comunicam pelas mídias, a não ser que violem a Política de Moderação da página. Se a questão for mais complexa, são indicados os meios de comunicação tradicionais da biblioteca, e-mail, telefone ou balcão de atendimento.

Além disso, foram relatadas algumas dificuldades, como a falta de pessoal especializado e tempo dos servidores que são responsáveis pelas mídias, já que todos possuem outras atribuições, em diversos setores. Por isso, foi feita uma tentativa de servidores de variados turnos de trabalho comporem a Comissão, para abranger melhor o momento das postagens.

Quanto a pergunta número 8, os levantamentos de dados são feitos apenas pelos sistemas das mídias, não há controle personalizado por parte da biblioteca.

4.2 Uso das Mídias Sociais pelos Usuários da BCE-UnB

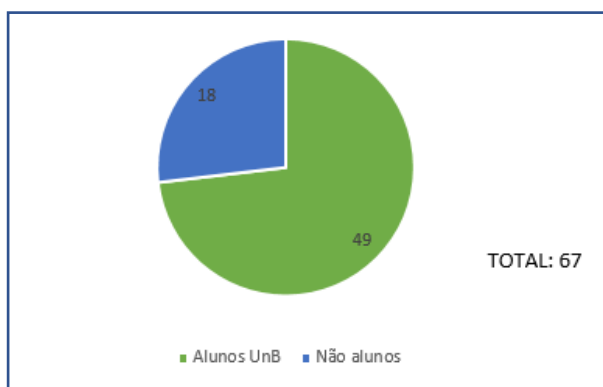
A entrevista 1 abordou os usuários da BCE, primeiramente para detalhar dados demográficos deste universo e, após, identificar a amostra de usuários das mídias sociais da BCE-UnB. Como apresentado na metodologia, os usuários foram entrevistados no pátio em frente a biblioteca. Suas respostas foram gravadas e transcritas, a fim de analisá-las, comparando-as com as informações obtidas na entrevista com as bibliotecárias da BCE-UnB e com as tendências analisadas no trabalho.

4.2.1 Característica dos Participantes

Essa parte demográfica da pesquisa é importante para contextualizar os usuários com outras faces das ciências, como citado na revisão de literatura. A experiência do usuário está diretamente conectada com as suas necessidades, e estas devem ser estudadas para realizar serviços melhores e mais eficientes e eficazes.

A primeira pergunta da entrevista 1 teve o objetivo de traçar um primeiro perfil do usuário abordado, já que as próximas perguntas dependiam dessa primeira resposta. Duas opções eram aceitáveis como resposta: aluno da Unb ou não-aluno da UnB. Os resultados apresentaram 49 alunos da UnB, 18 não-alunos da UnB em um total de 67 entrevistados, e estão expostos no gráfico a seguir:

Gráfico 1 – Relação dos entrevistados.



Fonte: elaboração própria.

Caso a resposta fosse “aluno da UnB”, a ordem das perguntas seguia normalmente, até onde possível. Caso fosse “não-aluno da UnB”, perguntava-se qual o propósito do uso da BCE e era necessário pular a pergunta número 3 e 4, que foram enquadradas como “não se aplica”.

Porém, pode-se observar que a maioria dos usuários abordados foram alunos da UnB, da graduação ou pós-graduação.

A segunda pergunta da entrevista está relacionada com o estudo das gerações analisado na revisão de literatura. Sem exceção, a pergunta foi feita a todos os usuários abordados e entrevistados.

4.2.2 Geração dos Usuários da BCE-UnB

Tabela 4 – Relação entre idades dos alunos da UnB e não-alunos.

Idade	Alunos da UnB	Não-alunos da UnB	TOTAL
19	8		8
20	4		4
21	8		8
22	4		4
23	6		6
24	5		5
25	2	1	3
26	5	1	6
27		2	2
28	1	2	3
29	1	1	2
30	2	3	5
31	1	1	2
32	1	3	4
33		2	2
36		1	1
42		1	1
49	1		1
TOTAL	49	18	67

Fonte: elaboração própria

A tabela mostra que a maior parte dos entrevistados está concentrada na faixa etária mais jovem, principalmente de alunos da UnB. A faixa etária mais velha apresenta mais não-alunos da UnB.

Todos os 18 entrevistados que se declararam “Não-alunos da UnB” afirmaram utilizar a biblioteca para estudar. Dentre eles, apenas um utiliza o acervo da biblioteca, além de apenas o espaço físico. O uso da BCE para este fim geralmente apresenta usuários concurseiros, que aproveitam o espaço físico da biblioteca para estudar, e é possível ver um aumento desses usuários quando há um concurso público com edital aberto e data da prova se aproximando.

Analisando as idades por geração, temos um resultado de usuários em maior quantidade na geração Y.

As gerações correspondentes aos entrevistados são a X, Y e Z, sendo:

- Geração X: 2 entrevistados
- Geração Y: 41 entrevistados
- Geração Z: 24 entrevistados

A análise das gerações será feita a seguir, com as mídias sociais.

Quadro 3 – Relação entre gerações e idades, apresentando características.

Geração	Anos / Idade	Características
X	1965 – 1980 54 – 39	- Transição do mundo rural para o urbano - Acesso restrito a produtos sofisticados tecnologicamente - Afeta à conservação e manutenção da tecnologia disponível
Y	1981 – 1996 38 – 23	- Millenials - Prosperidade econômica - Grande desenvolvimento tecnológico - Consumismo - Google - Acesso 24/7
Z	1997- atualidade 22 -	- Uso da comunicação instantânea para comunicações - Usuários 2.0 - Nativos da linguagem digital - Produtores de informação

Fonte: elaboração própria.

Também foi relacionado aos entrevistados suas respectivas faculdades ou departamentos vinculados na UnB (pergunta 3), sendo essa pergunta feita somente aos alunos da UnB.

Tabela 5 – Áreas de estudos humanas e sociais relacionadas com grau

Humanas e sociais	Graduação	Pós-graduação
FCI	4	
FACE	3	1
IDA	2	
Arquitetura	1	
Ciências sociais	3	
FAC	1	
IL	3	2
IFIL	2	
ELA		1
TOTAL	19	4

Fonte: elaboração própria.

Tabela 6 – Áreas de estudos exatas e saúde relacionadas com grau

Exatas e saúde	Graduação	Pós-graduação
FEF	3	
engenharia civil		1
engenharia florestal		1
odontologia	2	
medicina	1	
FGA	1	
matemática	3	
FAV	3	
FT	3	
saúde coletiva	1	
ciência da saúde		1
ciência ambiental	1	
ciências contábeis	1	
FCE		1
biologia	1	
TOTAL	20	4

Fonte: elaboração própria.

As tabelas apresentadas acima mostram que a maior parte dos entrevistados foi no grau de graduação. Apesar de os números ficarem muito próximos, as áreas de exatas e saúde possuem mais usuários do que as áreas de humanas e sociais. Coincidentemente, a pós-graduação apresentou a mesma quantidade para ambas as áreas.

Os anos de estudos foram identificados a partir da pergunta número 4.

Tabela 7 – Relação entre idade e anos de estudo na UnB.

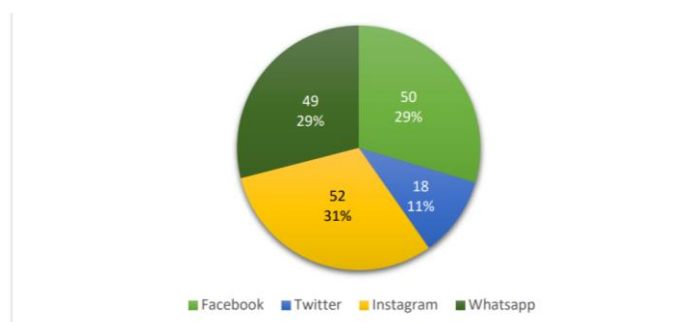
Idade	Ano de estudo - graduação					Ano de estudo - pós-graduação				TOTAL
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	
19	2	3	2	1						8
20		3	1							4
21		1	4	2	1					8
22			2	1	1					4
23	1	1	1	1	1	1				6
24		2		1	1		1			5
25					1	1				2
26				1	1	1	2			5
28					1					1
29		1								1
30	1		1							2
31							1			1
32									1	1
49	1									1
TOTAL	5	11	11	7	7	3	4	0	1	49

Fonte: elaboração própria.

A maioria dos usuários de graduação estão entre o segundo e terceiro ano de estudo, apesar de os outros anos também apresentarem grande quantidade. Na pós-graduação, a maioria se concentra no primeiro e segundo ano de estudo, e idade mais avançada, em relação com a graduação.

As mídias sociais usadas em geral (pergunta 5) pelos usuários não demonstraram muita variedade, sendo elas representadas no gráfico. Apenas um usuário registrou usar o *LinkedIn*, um o *Reddit* e dois o *Youtube*, e um usuário afirmou não utilizar mídias sociais.

Gráfico 2 – Mídias sociais utilizadas pelos entrevistados.

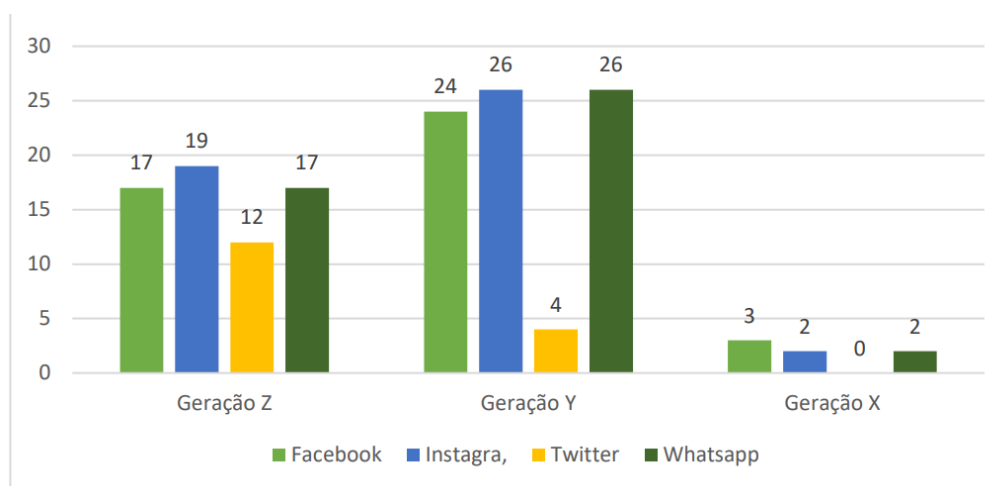


Fonte: elaboração própria.

Com o maior número de registros, o *Instagram* é a rede social mais utilizada dentro dessa amostra, o que pode explicar o crescimento do número de curtidas na página da BCE-UnB no *Instagram* – dado apresentado pela Pré-entrevista.

Relacionando o uso das mídias com as gerações observadas, temos o gráfico.

Gráfico 3 – Relação do uso das mídias com as gerações dos entrevistados.



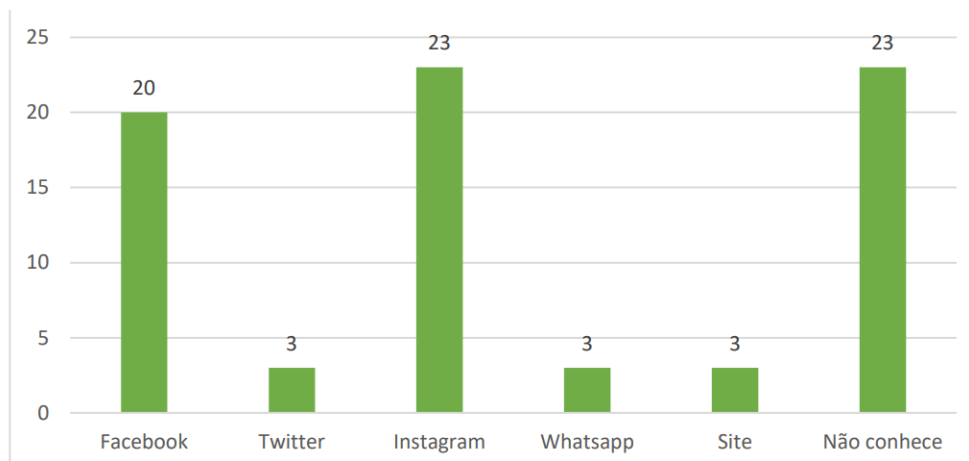
Fonte: elaboração própria.

Nele observamos, apesar da pequena amostra, a diferença entre as gerações, quando tratamos do uso das mídias sociais. As gerações dos nativos digitais (Y e Z) apresentam maior uso das mídias do que a geração X, e também estão em maior quantidade como usuários da biblioteca. Isso confirma a análise de Zanitelli e Tomaél (2016) de que o novo usuário está frequentando as bibliotecas acadêmicas para pesquisas.

Também podemos observar quais mídias cada geração utiliza, vendo que o *Twitter* é uma mídia muito mais popular pela geração mais nova (geração Z) em comparação com as outras duas, e que a popularidade do *Instagram* nessa geração é a maior entre as mídias. E, dentro dessa amostra, nota-se que a geração X não frequenta tanto a biblioteca universitária.

A pergunta número 6 foi desenvolvida para uma primeira análise da divulgação das mídias sociais da BCE. Portanto, ao perguntar se o usuário conhece alguma mídia social da biblioteca, a resposta ainda não é sobre utilização, mas apenas sobre a noção da existência das mídias e de quais mídias.

Gráfico 4 – Mídias sociais da BCE conhecidas pelos usuários.



Fonte: elaboração própria.

Após essa pergunta, apenas os usuários que conheciam alguma mídia social da BCE prosseguiram com a entrevista, sendo eles 30 entrevistados.

4.2.3 Uso das Mídias Sociais na BCE-UnB

A segunda parte da entrevista (perguntas 6 a 12) foi realizada com os entrevistados para entendermos como o usuário está se relacionando com as mídias sociais da BCE-UnB e saber se suas necessidades e expectativas em relação às mídias estão sendo cumpridas.

É essencial conhecer e entender a experiência do usuário na biblioteca para que o bibliotecário tenha um norte em como prosseguir seus trabalhos e possa focar naquilo que realmente interessa e atende seus usuários (ADAMS BECKER; CUMMINS; DAVIS, 2017).

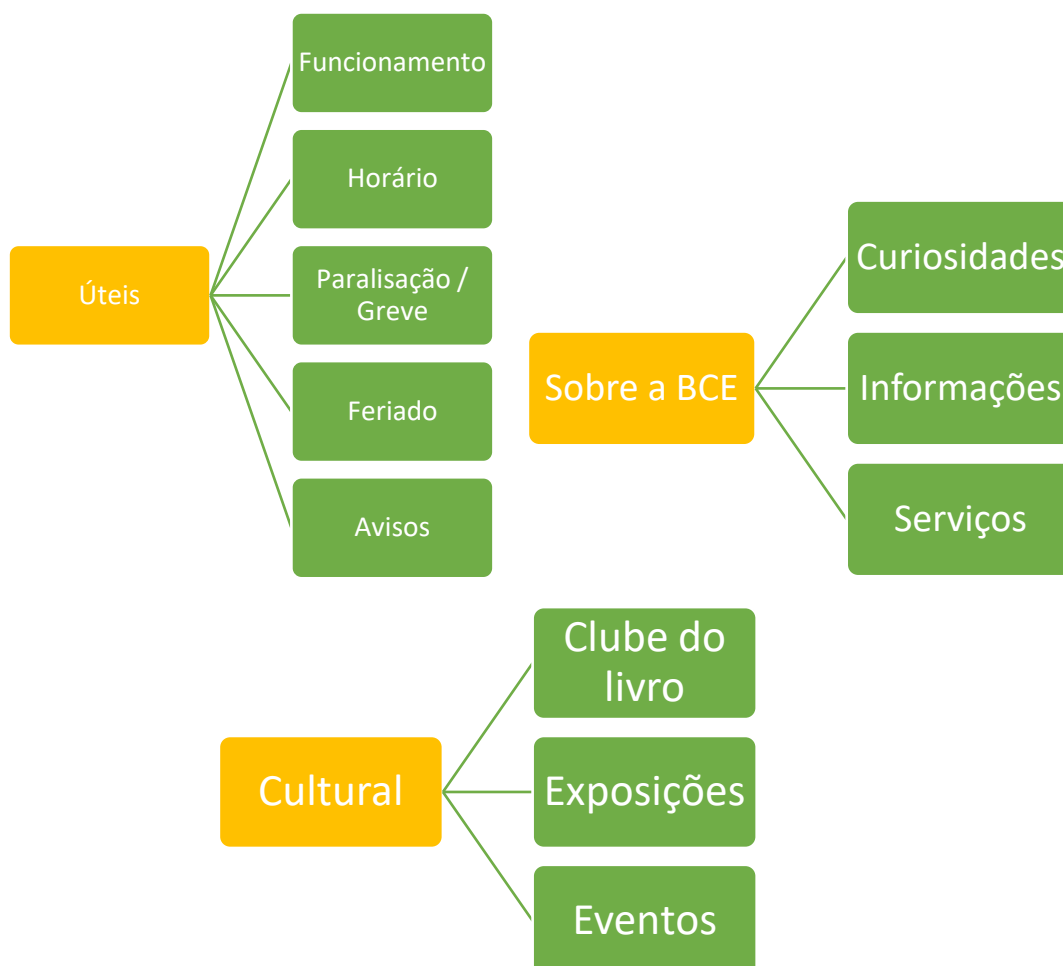
A pergunta número 7, apesar de parecer com a pergunta número 6, não atende ao mesmo propósito. Ela tem a finalidade de entender se o usuário se relaciona com as mídias da BCE que são conhecidas por sua parte. Portanto, era uma possibilidade algum usuário conhecer a mídia, mas não utilizá-la, e, nesse caso, resultaram 14 entrevistados (aos quais a entrevista não seguiu até o fim).

A maioria dos usuários que responderam interagir com as mídias sociais da biblioteca o fazem com as mesmas mídias conhecidas (pergunta 6). Apenas uma pequena parte relatou conhecer mais de uma mídia, mas apenas utilizar uma, por exemplo.

A pergunta número 8 buscava entender principalmente o propósito da interação dos usuários com as mídias da biblioteca. É uma pergunta completamente aberta, com respostas variadas pelos usuários. Entretanto, os termos e palavras utilizadas pelos entrevistados foram, entre si, comuns.

Apesar das variações de respostas, os termos “funcionamento” e “horário” foram os mais citados. Em seguida, o uso das palavras “eventos”, “exposições”, “informações” e “serviços”. Os menos citados foram “clube do livro”, “curiosidades”, “feriado”, “avisos” e “greve/paralisação”. Separados por assunto, no quadro a seguir.

Quadro 4 – Esquema de termos mencionados, separados por assunto



Fonte: elaboração própria.

Nas entrevistas observam-se algumas respostas em relação ao propósito do uso das mídias, como:

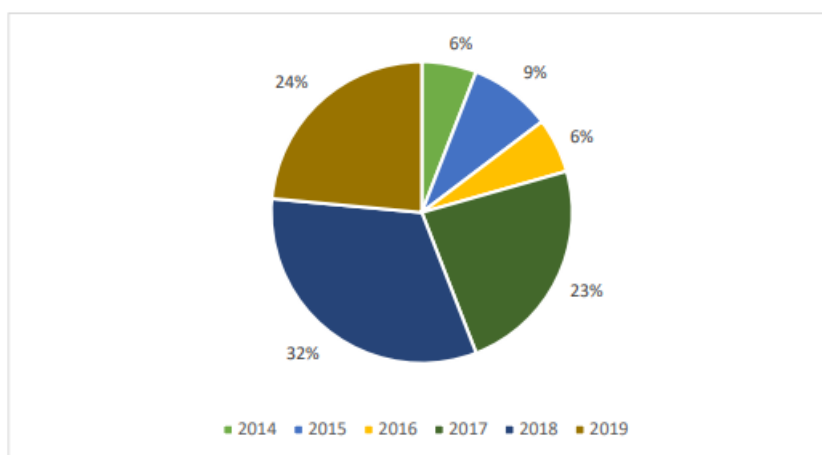
“Através do *Facebook* eu fiquei sabendo que o usuário que mais pegou livros na BCE era de filosofia, e eu conhecia ele, então achei bem legal essa postagem” (Entrevistado n. 24).

“Uso pra saber da rotina, quando vai fechar, quando vai abrir. Tem as publicações também que eles recuperam livros, acho bem bacana” (Entrevistado n. 16).

Alguns desses termos coincidem com os apresentados na pré-entrevista como conteúdos divulgados pelas mídias da BCE, como “serviços” e “funcionamento”. Com base nisso, podemos afirmar que pelo menos uma parte do conteúdo das mídias atende aos usuários. Mas também vemos que uma grande parte da divulgação não está sendo percebida pelos usuários.

Quanto ao ano que os usuários começaram a utilizar as mídias (pergunta 9), é apresentado o seguinte gráfico:

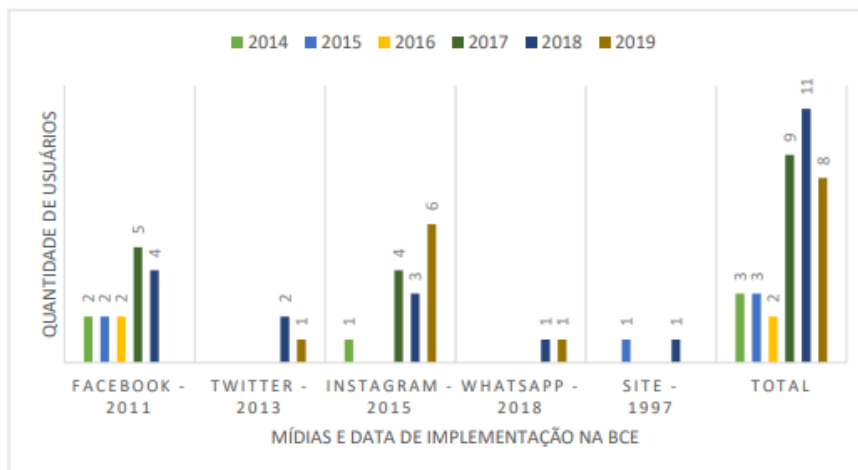
Gráfico 5 – Ano de início da utilização das mídias pelos usuários.



Fonte: elaboração própria.

E o presente gráfico relaciona as datas de início de uso de cada mídia relatado pelos usuários, com as datas de implementação das mídias pela biblioteca:

Gráfico 6 – Relação entre os anos relatados e implementação na BCE



Fonte: elaboração própria.

As respostas dos usuários foram fielmente retratadas na análise, por isso nota-se uma discrepância na data de criação do *Instagram* e a resposta de um usuário. Também existem usuários que responderam utilizar mais de uma mídia da BCE, por isso os números ultrapassam os 30 entrevistados.

A pergunta número 10 buscou entender como os usuários têm um primeiro contato as mídias da BCE. Entre os termos citados houve certa consistência, o que possibilitou a criação dos dois quadros a seguir.

Quadro 5 – Esquema de termos mencionados em relação a pergunta 10



Fonte: elaboração própria.

As perguntas 11 e 12 foram dirigidas aos entrevistados simultaneamente. Ao serem perguntados se acham o serviço das mídias útil, quase todos os usuários responderam que sim, e apenas dois usuários responderam que não.

“Não acho útil, mas também não uso muito” (Entrevistado n. 34)

“Eu tinha entrado pra saber o horário de funcionamento, e eu descobri. Aí um dia desses eu fui olhar de novo e ele não tava fácil de achar, então eu tive que entrar no *site*. Então meio que não foi muito útil, porque não tá muito explícito o horário de funcionamento” (Entrevistado n. 30).

4.2.4 Sugestões dos Usuários em Relação as Mídias Sociais

Em seguimento, os usuários apresentaram suas sugestões em relação as mídias, as quais variam em relação a melhoria de serviços, elogios aos serviços, conteúdos que gostariam de ver nas mídias, entre outros.

A continuação, algumas das sugestões e elogios:

“Curiosidades, os livros que mais são alugados, as seções mais procuradas, quantas pessoas passam pela BCE... curiosidades em geral” (Entrevistado n. 7)

“Acho que tá suficiente o número de postagens, e acho que poderiam investir um pouco mais em divulgar informações tipo curiosidades sobre a BCE. Acho que seria o tipo de informação que me interessaria” (Entrevistado n. 24).

“Acho bem agradável o *Instagram* deles, não é um *Instagram* que fica com muito conteúdo nada a ver, eles são bem objetivos, mostram o horário de funcionamento e os eventos que eles vão fazer, mas tudo bem pontual” (Entrevistado n. 25).

“Acho que tá muito bom, eles divulgam bem. Acho que a lista [de transmissão do *Whatsapp*] ficou mais direto ainda, mais focada a divulgação deles, acho que tá muito bom” (Entrevistado n. 26).

“Era bom ter [o horário de funcionamento] lá naquela bio [do *Instagram*], acho que seria interessante” (Entrevistado n. 30).

“Acho que já tá bem interessante o jeito que tá sendo feito. No momento não tem nada que eu queira acrescentar” (Entrevistado n. 33).

“Não nas mídias, mas eu gostaria de ver mais informativos na BCE mesmo [no espaço físico]” (Entrevistado n. 42).

“Acho que podiam postar vídeos ensinando por exemplo como achar os livros na biblioteca, na estante” (Entrevistado n. 48).

“Acho que estão bem mais engajados, melhorou muito [o serviço das mídias]” (Entrevistado n. 64).

A maioria dos usuários acha o serviço das mídias bom, e apresenta elogios afirmando que estão satisfeitos. A sugestão de curiosidades mostra interesse do usuário em relação a biblioteca, e isso pode ser usado em favor da biblioteca como marketing. Também foi percebido a noção de pontualidade do conteúdo das postagens, fato importante para um canal de comunicação sério e respeitado. A melhoria do serviço das mídias foi mencionada algumas vezes, o que mostra que a biblioteca está caminhando na direção certa em relação às tendências das mídias sociais.

Isso concluiu a pesquisa e nos possibilitou ter uma visão mais específica de como o usuário se comporta em relação às mídias sociais da BCE-UnB, além abrir uma discussão de como é possível melhorar esse serviço em favor da experiência do usuário.

5 CONCLUSÕES

O intuito desse trabalho foi entender as tendências nas bibliotecas universitárias, mais especificamente as mídias sociais, e suas interações com os usuários. O foco foi a Biblioteca Central Estudantil da Universidade de Brasília, e foi usada entrevista como método de pesquisa.

As grandes instituições e centros de informação mencionam as tendências, a fim de estudar e aplicar possíveis mudanças nos seus serviços e contribuir para o universo de pesquisas mundial. As tendências reportadas (descritas na revisão de literatura) variam entre tecnológicas, sociais, políticas, ambientais, físicas, e outras mais. Essa variedade garante a ajuda a cada biblioteca, pensando em suas necessidades diversas, e possibilita um caminho de discussão e troca de dados entre elas.

O trabalho cumpriu seus objetivos específicos, primeiro com a identificação das mídias aplicadas na BCE-UnB, como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *Whatsapp*. No cenário abordado, a BCE-UnB mostrou-se a par das tendências, utilizando com frequência e de modo organizado e estruturado as mídias sociais. A missão da BCE envolve as atividades de ensino, pesquisa e extensão na Universidade, tornando-as possível através de processos de gestão da informação. O conteúdo divulgado nas mídias sociais está adequado com essa missão, como visto na análise dos posts de cada mídia, onde encontramos conteúdos sobre bases de dados e auxílio para pesquisas.

Pode-se afirmar também que as mídias estão cumprindo seu objetivo como TIC, como menciona Gottschalg-Duque (2017, p. 168), pois a pesquisa realizada nesse trabalho mostrou que os usuários conhecem as mídias e estão utilizando-as para alguns fins devidos. Apesar de se ter percebido que nem sempre todos os conteúdos divulgados estão sendo notórios, como as publicações de campanhas, bases de dados ou datas comemorativas, acredita-se que a persistência nessas divulgações traz benefícios para a comunidade acadêmica. Ainda existem alguns deficit, como a falta de pessoal especializado em mídias (*social media*) e a divisão dos servidores, que tem que trabalhar nas mídias sociais e nos seus cargos desempenhados, porém, a vontade de inovar e fazer a biblioteca crescer supera essas dificuldades.

O objetivo específico 2 apresentou as características dos usuários e buscou saber como eles estão interagindo com as mídias sociais em geral e se eles conhecem as mídias sociais da biblioteca. Em relação ao usuário, pôde-se perceber que, em sua grande maioria, utilizam as mídias sociais em geral e conhecem as mídias da biblioteca. Como foi estudado, um novo tipo de usuário tem frequentado a biblioteca universitária, com necessidades diferentes da sua antiga geração, procurando informações mais rápidas, atualizadas e dinâmicas. Esse novo usuário não só quer ser consumidor de informação, também quer ser produtor, compartilhador e ter acesso irrestrito a informações privilegiadas.

Os usuários entrevistados, em sua maioria, estão presentes na geração Y e Z, portanto, vivem em razão da tecnologia, desejando estarem sempre conectados a ela. Em geral, as mídias sociais mais mencionadas foram o *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp* e *Twitter*, havendo uma discrepância grande entre as gerações dos nativos digitais (Y e Z) e a geração X em relação ao uso das mídias. Dentre essas, o *Twitter* apresentou maior utilização apenas na geração Z.

Atendendo ao objetivo específico 3, a pesquisa revelou que os usuários interagem com as mídias sociais da BCE, e estão satisfeitos com seus serviços. Percebeu-se que os termos mais utilizados pelos entrevistados, para descrever o uso das mídias sociais da BCE-UnB, foram “horário” e “funcionamento”. Isso indica a utilização dessas mídias apenas como TIC, apesar de a biblioteca também divulgar conteúdos que podem auxiliar os usuários na vida acadêmica, como bases de dados para pesquisas e serviços da biblioteca. Também foi evidenciado o crescimento de uso das mídias no ano 2018 e como os usuários estão descobrindo as mídias, através de indicação de amigos ou pelas próprias mídias sociais.

A metodologia utilizada permitiu que os usuários explanassem comentários a respeito das mídias, por isso foram apresentadas sugestões dos usuários. Essas trazem mudanças que se acredita serem pertinentes, sendo algumas fáceis de realizar, como a sugestão de colocar o horário de funcionamento em um espaço fixo e fácil de achar nas mídias. Outras demandariam um pouco mais de trabalho e tempo, como a sugestão de vídeos explicativos sobre os serviços da biblioteca. Seria um canal muito bom de comunicação com o usuário, pois, como apresentado na Figura 3 (Mídias sociais mais ativas no Brasil), o *Youtube* é a mídia mais utilizada no Brasil. Portanto, uma página nessa mídia, ativa e com postagens educativas sobre a

biblioteca, atrairia um público maior de usuários e não-usuários das gerações digitais para a BCE-UnB.

5.1 Recomendações

As recomendações são produtos das entrevistas realizadas neste trabalho, das sugestões dos usuários e do estudo feito na revisão de literatura.

A BCE-UnB está conscientemente divulgando conteúdos que corroboram sua missão, além de apenas avisos e informes. Porém, parte desse conteúdo está se perdendo no meio de tanta informação nas mídias sociais, e a pesquisa mostrou que os usuários não estão percebendo algo que poderia lhes interessar. Poderia ser feito, então, uma revisão de *marketing* em como as mídias sociais devem divulgar esse conteúdo, para ele se tornar mais acessível ao seu usuário, por exemplo com uma promoção por meio de *memes*, ou uma interação mais visual.

Deixa-se também a sugestão de implementação do serviço de referência virtual (SRV) baseado nas mídias, e da utilização de aplicativo para consultas no catálogo da BCE. Análises mais antigas sobre o SRV apresentam o *e-mail* e o *chat* como comunicação com o usuário, mas atualmente esses meios já estão ficando defasados, por isso, a implementação das mídias como SRV faria mais sentido para a nova geração. (SANTINI; BACKES; REIS, 2018, p. 63). Acredita-se que atenderia muito bem a necessidade de informação pontual dos usuários (como horário de funcionamento – pauta mais relevante na pesquisa de uso das mídias sociais) e também cria um diálogo mais pessoal e específico com o usuário. (NASCIMENTO; DANTAS, et.al., 2012, p. 169-170).

Outra sugestão são os aplicativos, que ultrapassaram os *sites* em usabilidade. Com o uso dos dispositivos móveis, é mais cômodo e fácil acessar um aplicativo feito para o aparelho, com *interface* adaptada, do que entrar em um *site* que nem sempre harmoniza com o dispositivo. (VIEIRA, 2017, p. 292). No Brasil, a USP já utiliza um aplicativo exclusivo da biblioteca, para consulta de catálogo, localização das bibliotecas, espaço do usuário, lista de obras, informações sobre as bibliotecas e mais. Estela (2019, p. 133) faz uma análise mais extensa sobre a necessidade do uso de aplicativos para os nativos digitais, e sua implementação em bibliotecas universitárias.

Atualmente pouco se fala em bibliotecas, muitos acreditam já estarem defasadas, ou terem virado apenas um local de estudo, por isso é importante a

manutenção da divulgação dos serviços e eventos que a biblioteca possa ter para a comunidade. Aliados às tendências, esses comportamentos tendem a abrir espaço para novos usuários descobrirem a biblioteca, e usuários esquecidos a relembrem sua importância e necessidade.

Portanto, a Biblioteca Central da UnB está seguindo um bom caminho para aplicação das tendências internacionais, e assim garantir seu espaço na comunidade. Na era das *fakenews*, é preciso lembrar a sociedade que o lugar de informações confiáveis e verificadas é a biblioteca.

6 REFERÊNCIAS

- ABADAL, E.; ANGLADA, L. TIC e bibliotecas: situação atual e perspectivas. In: LEMOS, Anna Carolina Mendonça; FERREIRA, Pedro Cavalcanti Gonçalves Ferreira (Org.). **Biblioteca do século XXI: desafios e perspectivas**. Brasília, DF: IPEA, 2017. p. 301-326. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/170105_biblioteca_do_seculo_21_cap12.pdf. Acesso em: 04 maio 2019.
- ACQUISTI, A.; GROSS, R. Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook. In: DANEZIS, G.; GOLLE, P. (orgs.). **Privacy Enhancing Technologies**. New York: Springer, Berlin, Heidelberg, 2006.
- ADAMS BECKER, S.; CUMMINS, M.; DAVIS, A., et. al. **NMC Horizon Report: 2017 library edition**. Austin, Texas: The New Media Consortium, 2017. Disponível em: <http://cdn.nmc.org/media/2017-nmc-horizon-report-library-EN.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2019.
- AGUIAR, Giseli Adornato de. **Uso das ferramentas de redes sociais em bibliotecas universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP**. 2012. Dissertação (Mestrado em Cultura e Informação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-03122012-160409/publico/Giseli_Aguiar_Dissertacao_final.pdf. Acesso em: 10 maio 2019.
- AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION. **Center for the Future of Libraries**. 2016. Disponível em: <http://www.ala.org/tools/future>. Acesso em: 20 abr. 2019.
- AZEVEDO, Isabel Cristina Michelin de; GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. Contribuições dos letramentos digital e informacional na sociedade contemporânea. **Transinformação**, Campinas, i. 29, n. 2, p. 163-173, maio/ago. 2017. Disponível em: http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/30685/1/ARTIGO_ContribuicoesLetramentoDigital.pdf. Acesso em: 7 jun. 2019.
- BAILIN, Alan; GRAFSTEIN, Ann. **From place to function: academic libraries in 2012**. New York: Baruch College/CUNY, 2002. Disponível em: https://www.academia.edu/227771/From_Place_to_Function_Academic_Libraries_in_2012. Acesso em: 09 abr. 2019.
- BEARD, Colin. BAWDEN, David. University libraries and the postgraduate student: physical and virtual spaces. **New Library World**, vol. 113, n: 9/10, p.439-447, 2012. Disponível em: <https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/03074801211273911>. Acesso em: 10 abr. 2019.
- BEARD, Jill; DALE, Penny. Library design, learning spaces and academic literacy, **New Library World**, v. 111 n. 11/12, p.480-492, 2010.

BRYANT, J.; MATTHEWS, G.; WALTON, G. Academic libraries and social and learning space: a case study of Loughborough University Library, UK. **Journal of Librarianship and Information Science**, v. 41, n. 1, p. 7–18, 2009.

CALIL JUNIOR, Alberto; CORRÊA, Elisa Cristina Delfini, SPUDEIT, Daniela. O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS NAS BIBLIOTECAS BRASILEIRAS: ANÁLISE DE TRABALHOS APRESENTADOS NO SNBU E CBB. **XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documento e Ciência da Informação** – Florianópolis, SC, Brasil, 07 a 10 de julho de 2013. Disponível em: <https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1634/1635>. Acesso em: 20 maio 2019.

CARVALHO, I. C. L. A socialização do conhecimento no espaço das bibliotecas universitárias. Rio de Janeiro: Interciência, 2004

COSTA, Luana Priscila. RECONFIGURAÇÃO DO ESPAÇO FÍSICO DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS ALINHADAS ÀS NOVAS TENDÊNCIAS EM METODOLOGIAS ATIVAS DE ENSINO. **XXVII Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documento e Ciência da Informação** – Fortaleza, CE, Brasil, 17 a 20 de outubro de 2017. Disponível em: <https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1906>. Acesso em: 20 abr. 2019.

CUNHA, Murilo Bastos da. Das bibliotecas convencionais às digitais: diferenças e convergências. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.13, n.1, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pci/v13n1/v13n1a02.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2019.

CUNHA, Murilo Bastos da; CAVALCANTI, Cordélia Robalinho de Oliveira. Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia. Brasília: Briquet de Lemos, 2008. xvi, 451 p. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/34113>. Acesso em: 03 jun. 2019.

CUNHA, Murilo Bastos da. A biblioteca universitária na encruzilhada. DataGramZero: **Revista de Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 6, dez. 2010. Disponível em: http://www.dgz.org.br/dez10/Art_07.htm. Acesso em: 10 abr. 2019.

CUNHA, M. B. da; AMARAL, S. A.; DANTAS, E. B. **Manual de estudo de usuários da informação**. São Paulo: Atlas, 2015. 448p.

CUNHA, Murilo Bastos da; DIÓGENES, Fabiene Castelo Branco. A trajetória da biblioteca universitária no Brasil no período de 1901 a 2010. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 21, n. 47, p. 100-123, set./dez., 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/1518-2924.2016v21n47p100/32344>. Acesso em: 15 abr. 2019.

DANTAS, Gabriella Lima; KAMA, Ana Flávia Lucas de Faria; NASCIMENTO, Ruthléa Eliennai Dias do, et. al. USO DE MÍDIAS SOCIAIS EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: RELATO DE EXPERIÊNCIA DA BIBLIOTECA CENTRAL DA

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. **Anais do SNBU**, [S.I.], 2018. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/27708>. Acesso em: 05 jun. 2019.

DHAMDHARE, Sangeeta N. Changing Face of Academic Libraries. **PEARL: A Journal of Library and Information Science**, v. 6, n. 1, p. 8-13, jan./mar., 2012. Disponível em: https://www.academia.edu/8558357/Changing_Face_of_Academic_Libraries. Acesso em: 20 abr. 2019.

DIMOCK, Michael. **Defining generations**: where millennials end and generation z begins. Washington: Pew Research Center, 2019. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>. Acesso em: 03 jun. 2019.

EEXCESS. About the Project. 2013. Disponível em: <http://eexcess.eu/about-the-project/>. Acesso em: 16 maio 2019.

ESTELA, F. M. S.; CUNHA, M. B. Biblioteca universitária e os indicadores do SINAES: estudo do caso da Universidade de Brasília. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 27, n. 1, 2017. Disponível em: 10.22478/ufpb.1809-4783.2017v27n1.32416. Acesso em: 15 abr. 2019.

ESTELA, Flor de María Silvestre. Não-usuário de bibliotecas universitárias: um estudo de caso na Universidade de Brasília – UnB. 2019. Tese (Doutorado em Ciência da Informação)—Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

FIGUEIREDO, Nice Menezes de. A modernidade das cinco leis de Ranganathan. **Ciência da Informação**, [S.I.], v. 21, n. 3, dec. 1992. ISSN 1518-8353. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/430>. Acesso em: 15 abr. 2019.

FIGUEIREDO, N. M. **Tópicos modernos em Biblioteconomia**. Brasília: Associação dos Bibliotecários do Distrito Federal, 1977. p. 29-41.

FRANÇA, Maira Nani; SOUZA, Kelma Patrícia. TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS: O CENÁRIO ATUAL NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA, MG. **Anais do SNBU**, [S.I.], 2016. ISSN 2359-6058. Disponível em: <http://www.periodicos.ufam.edu.br/anaissnbu/article/view/3358>. Acesso em: 17 abr. 2019.

FREITAS, Georgette Lopes; CRUZ, Raynara Karoliny Barbosa da. REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTAS PARA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES NAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS DE SÃO LUÍS – MA. **Anais do SNBU**, [S.I.], 2018. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/27708>. Acesso em: 05 jun. 2019.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. Internet, mídias sociais e as unidades de informação: foco no ensino-aprendizagem. **Brazilian Journal of Information Science: Research Trends**, v. 10, n. 2, p. 14-20, 2016. Disponível em: <http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/bjis/article/view/5929/4139>. Acesso em: 20 maio 2019.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (orgs). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2019.

GONZÁLES, Juan José Calva (coord.). **Usuarios 2.0 de la información audiovisual y textual**. México: UNAM, 2017. (Coleção Usuarios De La Información). Disponível em: http://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/L135/2/usuarios_2.0_info_visual_textual.pdf. Acesso em: 03 jun. 2019.

GOTTSCHALG-DUQUE, Cláudio. Bibliotecas e mídias sociais. *In*: RIBEIRO, Anna Carolina Mendonça Lemos; FERREIRA, Pedro Cavalcanti Gonçalves (org.). **Biblioteca do século XXI: desafios e perspectivas**. Brasília: IPEA, 2017. p. 157-176.

GÜNTHER, Hartmut. Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: esta é a questão?. **Psic.: Teor. e Pesq.**, Brasília, v. 22, n. 2, p. 201-209, ago. 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-37722006000200010&lng=pt&nrm=iso. Acesso em 05 jun. 2019.

HÜBNER, Marcos Leandro Freitas. **A biblioteca universitária na formação acadêmica**: história da biblioteca central da universidade de caxias do sul e sua relação com a aprendizagem e o sucesso acadêmico. 2014. Dissertação (Mestrado em Educação) - Programa de Pós Graduação em Educação, Universidade de Caxias do Sul, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/674/Dissertacao%20Marcos%20Leandro%20Freitas%20Hubner.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 abr. 2019.

IFLA. **Building the Trend Report**. 2016. Disponível em: <https://trends.ifla.org/about>. Acesso em: 04 mar. 2019.

IFLA. **IFLA trend report**. 2018. Disponível em: <https://trends.ifla.org/update2018>. Acesso em: 20 abr. 2019.

IFLA. **Mobile becomes the primary platform for access to information, content and services**. 2018. Disponível em: <https://trends.ifla.org/literature-review/mobile-becomes-the-primary-platform-for-access-to-information-content-and-services>. Acesso em: 10 maio 2019.

IFLA. **Technological Trends**. 2018. Disponível em: <https://trends.ifla.org/literature-review/technological-trends>. Acesso em: 20 abr. 2019.

JESUS, Deise Lourenço de; CUNHA, Murilo Bastos da. A biblioteca do futuro: um olhar no passado. **Informação & Informação**, [S.l.], v. 24, n. 1, p. 1-30, mar. 2019. ISSN 1981-8920. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/34617>. Acesso em: 10 jun. 2019.

JESUS, Deise Lourenço de; CUNHA, Murilo Bastos da. Produtos e serviços da web 2.0 no setor de referência das bibliotecas. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.17, n.1, p.110-133, jan./mar. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pci/v17n1/a07v17n1.pdf>. Acesso em: 05 maio 2019.

JOHNSON, L.; ADAMS BECKER, S.; ESTRADA, V.; FREEMAN, A. **NMC Horizon Report**: 2015 Library Edition. Austin, Texas: The New Media Consortium, 2015. Disponível em: <http://cdn.nmc.org/media/2015-nmc-horizon-report-library-EN.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2019.

LEITÃO, Bárbara Júlia Menezello. **Avaliação qualitativa e quantitativa numa biblioteca universitária**: grupos de foco. Niterói: Intertexto, 2005. 148p. ISBN 8571931313.

MANESS, Jack M. Teoria da biblioteca 2.0: Web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Informação & Sociedade**: estudos, João Pessoa, v.17, n.1, p.43-51, jan./abr., 2007. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/831/1464>. Acesso em: 20 abr. 2019.

MARCIAL, Viviana Fernândes. Inovação em bibliotecas. *In*: RIBEIRO, Anna Carolina Mendonça Lemos; FERREIRA, Pedro Cavalcanti Gonçalves (org.). **Biblioteca do século XXI**: desafios e perspectivas. Brasília: IPEA, 2017. p. 43-61.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

MICHAELIS. A mais completa linha de dicionários do Brasil. 2019. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/>. Acesso em: 10 abr. 2019.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Manual de Verificação in loco das condições institucionais**: credenciamento de instituições não-universitárias; autorização de cursos superiores. Brasília: MEC; SESu, 2002.

MORIGI, Valdir José; SOUTO, Luzane Ruscher. Entre o passado e o presente: as visões de biblioteca no mundo contemporâneo. **Rev. ACB**: Biblioteconomia em Santa Catarina, v.10, n.2, p. 189-206, jan./dez., 2005. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/432/552>. Acesso em: 13 abr. 2019.

NASCIMENTO, Bruna Laís Campos do et al. Produtos e serviços de referência virtual: proposta de implantação no website do sistema de bibliotecas do Senac-RN. **Ciência da Informação**, [S.l.], v. 41, n. 2/3, dec. 2015. ISSN 1518-8353. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1343/1522>. Acesso em: 10 jun. 2019.

NASCIMENTO, José Antônio Machado do. Usabilidade no contexto de gestores, desenvolvedores e usuários do website da Biblioteca Central da Universidade de Brasília. Brasília. 2006. 230 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação e Documentação)—Universidade de Brasília, Brasília, 2006. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/2102>. Acesso em: 12 jun. 2019.

NEW MEDIA CONSORTIUM. **NMC Horizon Report: 2017 Library Edition**. Disponível em: <https://www.nmc.org/publication/nmc-horizon-report-2017-library-edition/>. Acesso em: 20 abr. 2019.

NORMAN; NILSEN. **The Definition of User Experience (UX)**. 2019. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>. Acesso em: 20 abr. 2019.

PASSOS, Ketry Gorete Farias dos; VARVAKIS, Gregório Jean. O FUTURO DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA: TENDÊNCIAS DA REVISÃO DE LITERATURA. **XVIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (XVIII ENANCIB)** – Marília, SP, Brasil, 23 a 27 de outubro de 2017. Disponível em: <http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/xviiienancib/ENANCIB/paper/view/426>. Acesso em: 10 abr. 2019.

PETROWSKI, Mary Jane. **ACRL releases 2017 Academic Library Trends and Statistics**. American Library Association: Chicago, 2018. Disponível em: <http://www.ala.org/news/member-news/2018/07/acrl-releases-2017-academic-library-trends-and-statistics>. Acesso em: 20 abr. 2019.

PINFIELD, Stephen; COX, Andrew; RUTTER, Sophie. **Mapping the Future of Academic Libraries**: a report for SCONUL. SCONUL: Londres, 2017. Disponível em: <https://www.sconul.ac.uk/sites/default/files/documents/Mapping%20the%20Future%20of%20Academic%20Libraries%20Final%20proof.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2019.

SALCEDO, Diego; ALVES, Riane. Mídia social nas bibliotecas universitárias: o caso do Twitter nas Universidades Católica e Federal Rural de Pernambuco. **Páginas a&b**. s.3, n. 9, p. 12-27, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.21747/21836671/pag9a2>. Acesso em: 13 maio 2019.

SANTINI, Luciane Alves; BACKES, Luciana; REIS, Juliani. AS BIBLIOTECAS NO CONTEXTO DA SOCIEDADE INFORMACIONAL: A INTERAÇÃO NO SERVIÇO DE REFERÊNCIA. **Anais do SNBU**, [S.I.], 2018. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/27708>. Acesso em: 05 jun. 2019.

SILVA, Luis Ricardo Andrade da; RIBEIRO, Rejane Maria Rosa; ALMEIDA, Raquel Lima Silva de. BIBLIOTECA, IDENTIDADE E REDES SOCIAIS: O USO DAS FERRAMENTAS DE MARCAÇÃO NA FAN PAGE DO SISBI/UEFS NO FACEBOOK. **Anais do SNBU**, [S.I.], 2018. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/27708>. Acesso em: 05 jun. 2019.

SOUSA, Larissa Mahall Marinho de; AZEVEDO, Luiza Elayne. O uso de mídias sociais nas empresas: adequação para cultura, identidade e públicos. *In*: IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, 2010, Rio Branco. **Anais [...]** São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/norte2010/resumos/R22-0015-1.pdf>. Acesso em: 11 maio 2019.

SOUZA, Tatiana Yokoy de; BRANCO, Angela Uchoa; OLIVEIRA, Maria Claudia Santos Lopes de. Pesquisa qualitativa e desenvolvimento humano: aspectos históricos e tendências atuais. *Fractal, Rev. Psicol.* [online], v. 20, n. 2, p. 357-376, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/fractal/v20n2/04.pdf>. Acesso em: 01 jun. 2019.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TARAPANOFF, Kira. Planejamento de e para bibliotecas universitárias no Brasil: sua posição sócio-econômica e estrutural. *In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS*, 2., 1981. Brasília. **Anais**. Brasília: CAPES, 1981, p. 9-35. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/me001627.pdf#page=17>. Acesso em: 2 fev. 2010.

TERRA, Carolina Frazon. **Usuário-mídia**: a relação entre a comunicação organizacional e o conteúdo gerado pelo internauta nas mídias sociais. 2011. Tese (Doutorado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. doi:10.11606/T.27.2011.tde-02062011-151144. Acesso em: 10 jun. 2019.

TOMAÉL, Maria Inês; MARTELETO, Regina Maria. Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação 10.5007/1518-2924.2006v11nesp1p75. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, Florianópolis, p. 75-91, jul. 2006. ISSN 1518-2924. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2006v11nesp1p75>. Acesso em: 13 maio 2019.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. **História da BCE**. 2019. Disponível em: <https://www.bce.unb.br/sobre-a-bce/historia-da-bce/>. Acesso em: 01 jun. 2019.

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. **Sobre a BCE**. 2019. Disponível em: <https://www.bce.unb.br/sobre-a-bce/>. Acesso em: 01 jun. 2019.

VIEIRA, David Vernon. O uso de tecnologias móveis em bibliotecas. *In: RIBEIRO, Anna Carolina Mendonça Lemos; FERREIRA, Pedro Cavalcanti Gonçalves (org.). Biblioteca do século XXI: desafios e perspectivas*. Brasília: IPEA, 2017. p. 281-300.

VINHAL, Letícia Boaventura. **O uso das mídias sociais virtuais por bibliotecas universitárias**: estudo de caso na Universidade de Brasília e Universidade Federal de Goiás. 2013. 82 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013.

ZANINELLI, Thais Batista; TOMAÉL, Maria Inês; JOVANOVICH, Eliane Maria da Silva, et. al. Os nativos digitais e as bibliotecas universitárias: um paralelo entre o novo perfil do usuário e os produtos e serviços informacionais. **Inf. Inf.**, Londrina, v. 21, n. 3, p. 149 – 184, set./dez., 2016. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/25861>. Acesso em: 03 jun. 2019.

**APÊNDICE A. PRÉ-ENTREVISTA - MODELO DE ENTREVISTA REALIZADO COM
AS BIBLIOTECÁRIAS DA BCE.**

ROTEIRO DA PRÉ-ENTREVISTA

1. Quais mídias sociais são implementadas pela biblioteca?
2. Quando essas mídias foram implementadas nos serviços da biblioteca?
3. Por que a implementação dessas mídias e não de outras?
4. Quais critérios foram adotados para essa escolha?
5. Quais usuários espera-se atingir com o uso dessas mídias?
6. Como é feito o controle de publicações?
7. Quais informações são divulgadas através das mídias?
8. Existe um documento de levantamento de dados relacionados às mídias?

APÊNDICE B. ENTREVISTA 1 – MODELO DE ENTREVISTA REALIZADO COM OS USUÁRIOS DA BCE.

ROTEIRO DE ENTREVISTA ENTREVISTA 1

PREGUNTA FILTRO

1. Você é aluno da UnB?

SIM **NÃO**

Se a resposta for sim, perguntar se é de pós-graduação ou graduação.

Se a resposta for não, perguntar para qual propósito utiliza a BCE e pular as perguntas número 3 e 4.

DADOS DEMOGRÁFICOS

PERGUNTA 2:

Qual a sua idade?

PERGUNTA 3:

Qual sua faculdade ou departamento vinculado na UnB?

PERGUNTA 4:

Qual semestre que está cursando?

PERGUNTA 5:

Usa mídias sociais em geral?

a) Sim. Quais?

b) Não. Por que não?

PERGUNTA 6:

Você conhece alguma mídia social da BCE?

INTERAÇÃO DOS USUÁRIOS COM AS MÍDIAS IMPLEMENTADAS na BCE-UnB

PERGUNTA 7:

Utiliza as mídias sociais da BCE?

a) Sim

b) Não

PERGUNTA 8:

Para qual propósito utiliza as mídias da BCE? (O que procura nas mídias?)

PERGUNTA 9:

Desde quando utiliza as mídias da BCE?

PERGUNTA 10:

Como ficou sabendo sobre as mídias da BCE?

PERGUNTA 11:

Acha o serviço das mídias da BCE útil?

PERGUNTA 12:

Sugestões em relação ao uso das mídias.

APÊNDICE 3. MODELO DE ENTREVISTA DO PRÉ-TESTE.

1. Aluno da UnB
 - a. Sim, graduação ou pós-graduação?
 - b. Não. Para qual propósito frequenta a BCE?
2. Dados demográficos
 - a. Idade
 - b. Sexo
 - c. Faculdade vinculada
 - d. Semestre que está cursando
3. Usa mídias sociais?
 - a. Quais?
 - b. Por que não?
4. Conhece as mídias sociais da BCE?
 - a. Sim, quais?
 - b. Por que não?
5. Utiliza as mídias sociais da BCE?
 - a. Sim
 - b. Não
6. Para qual propósito? (O que procura nas mídias?)
7. Desde quando utiliza?
8. Como ficou sabendo?
9. Acha o serviço das mídias útil?
10. Sugestões.