

ANÁLISE DA OFERTA DE SERVIÇOS EM SITES DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS

Nalin Ferreira Silveira¹, Alexandre Stürmer Wolf²

Resumo: As bibliotecas universitárias são importantes produtoras de conhecimento científico, exercendo papel fundamental no processo de ensino, pesquisa e extensão, o conhecido tripé do ensino superior no Brasil. É na Universidade que se percebe com mais clareza a produção do conhecimento científico, e, no contexto da atual Sociedade da Informação – extremamente dinâmica, rápida e com intenso fluxo de informações –, as mídias digitais são responsáveis por grande parte desses processos de produção e de recuperação de informações e conhecimento. À luz desses eventos, as bibliotecas universitárias precisam acompanhar essa nova demanda e devem ser capazes de oferecer a seus usuários serviços que supram as suas necessidades informacionais.

Palavras-chave: Bibliotecas universitárias. Oferta de serviços. Sociedade da Informação.

1 INTRODUÇÃO

Como afirmam Ferreira e Costa (2010, p. 8), “O que os usuários querem é que suas expectativas sejam atendidas, não importando se a biblioteca é virtual, eletrônica, digital ou convencional”.

Sabe-se que as expectativas e as necessidades dos usuários de bibliotecas mudaram. Uma significativa parcela domina as mídias digitais, vive conectada nas redes sociais, e tem acesso aos mais variados meios de comunicação. Dessa forma, caso a biblioteca não se mostrar dinâmica, moderna e atuante, vai perder espaço para a tecnologia em vez de se tornar aliada a ela.

Observa-se, atualmente, uma forte tendência na Sociedade da Informação: a convergência de mídias. Os usuários não utilizam uma ferramenta de cada vez, mas sim, várias ao mesmo tempo. Isso é um processo natural, pois o computador permite que se tenha contato com várias informações ao mesmo tempo, como música, redes sociais, *blogs*, vídeos, *downloads*, sem a limitação de acessar um tipo de mídia de cada vez. Por dispor de tantas possibilidades, o usuário apresenta um perfil mais moderno, que faz da convergência de mídias sua rotina, justificando a necessidade de a biblioteca adaptar-se para suprir as necessidades desse usuário. A intimidade com a tecnologia modificou as necessidades dos usuários.

2 BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

Macedo e Modesto (1999, p. 49) assim conceituam a missão da Biblioteca Universitária:

Contribuir para a capacitação do estudante e para a formação contínua do próprio professor, no sentido de torná-los ‘usuários independentes da informação’, conscientizando-os de que, usando corretamente os recursos informacionais e os princípios de pesquisa bibliográfica, retornarão ao

1 Bibliotecária. Graduada em Biblioteconomia - Univates.

2 Desenvolvedor de sistemas. Bacharel em Sistemas de Informação - Univates.

sistema de informação para contribuir com novas produções de conhecimento, com apoio em normas documentais.

A missão representa o papel desempenhado pela biblioteca. Nesse caso, o suporte à formação contínua do corpo docente e discente, tanto fornecendo informação como educando o usuário sobre a melhor forma de utilizar os recursos disponíveis, torna o capacitado e informacionalmente competente. Os autores também conceituaram os objetivos gerais de uma Biblioteca Universitária:

Constituir-se em interface entre o usuário e a informação, principalmente com as atividades de referência, no sentido de contribuir para que melhor se otimize a busca e a recuperação da informação influenciando no desempenho e produtividade da comunidade acadêmica em lides de ensino; aprendizagem; estudos e pesquisas; e necessidades várias no âmbito bibliotecário (MACEDO; MODESTO, 1999, p. 49).

Os usuários desse tipo de biblioteca são principalmente alunos e professores da instituição de ensino a que está vinculada, mas ela também pode abranger toda a comunidade acadêmica: técnicos, administradores, estudantes de pós-graduação, funcionários e outros interessados internos. Isso dependerá das diretrizes internas de cada biblioteca. É importante perceber que essa comunidade acadêmica diferencia-se em diversos segmentos, com seus propósitos e interesses específicos.

Serviços de informação são os serviços oferecidos por bibliotecas que possibilitam aos seus usuários acesso às fontes de informação, como, por exemplo, empréstimo entre bibliotecas, pesquisa, levantamento bibliográfico e disseminação seletiva da informação. Unidades de informação também criam e oferecem serviços, desenvolvidos de acordo com os objetivos específicos de sua área de atuação.

Dentre as atividades e serviços prestados em uma biblioteca universitária podem-se destacar alguns mais importantes, baseados em Litton (1974):

- a) difundir entre a comunidade informações sobre os recursos que a biblioteca possui;
- b) prestar um serviço de referência, respondendo perguntas e auxiliando na busca de materiais;
- c) obter material de outras instituições por meio de empréstimo;
- d) transmitir informações aos alunos novos sobre o uso da biblioteca.

Complementando, Figueiredo (1996) sugere os seguintes serviços em Bibliotecas Universitárias:

- e) explicação e ajuda aos usuários no uso de catálogos [e bases de dados], entre outras;
- f) provisão de documentos: circulação, consulta, empréstimo entre bibliotecas, comutação, fornecimento de cópias, entrega de material, preparação de traduções;
- g) provisão de auxílio bibliográfico: localização de material, verificação de referências, levantamento bibliográfico em assuntos especializados;
- h) serviço de alerta: informais (exposições) e formais (lista de novas aquisições);
- i) orientação ao usuário: provisão de guia, consulta orientada, cursos de instrução bibliográfica, promoção de serviços, auxílio editorial, preparação de obras individuais.

Diante da evolução tecnológica das Bibliotecas Universitárias, os *sites* institucionais ganham enorme destaque, afinal representam a biblioteca no ciberespaço e permitem que o usuário tenha acesso a informações e serviços de maneira fácil e rápida, conforme será apresentado nas próximas seções.

3 OS SITES DAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

É pelo *site* que o usuário faz contato com a biblioteca, buscando no catálogo ou utilizando formulários de contato. Além disso, o bom uso da *Internet* pode melhorar os serviços, reduzir os custos de comunicação e melhorar a imagem e a visibilidade da instituição. Crespo, Rodrigues e Miranda (2006) afirmam que, além de uma tendência, é uma necessidade nas bibliotecas o desenvolvimento de serviços que possam ser acessados através dos *sites*.

Os serviços oferecidos via *web* podem complementar os oferecidos presencialmente ou oferecer algo novo, que não era disponibilizado pela biblioteca até o momento. Por exemplo, os serviços de referência, que atualmente se transformaram em serviços de referência digital, adotam as facilidades oferecidas pela tecnologia. Utilizam-se dos mais variados recursos, como *chats*, ouvidoria eletrônica, *blogs*, acesso remoto a bases de dados e fóruns de discussão, além dos serviços do tipo "Ask A" (Ask A Service, ou o Ask A Scientist; Ask A Librarian e Ask An Expert), que visam a sanar dúvidas pontuais dos usuários sobre determinados assuntos, com o auxílio de um especialista na área. Segundo Hortinha³ (2001 apud AMARAL; GUIMARÃES, 2002, p. 5), os *sites* podem ser classificados como de primeira, segunda ou terceira geração, de acordo com seu desenvolvimento tecnológico e grau de interatividade com o usuário, sendo de primeira geração os mais simples e menos interativos. Amaral e Guimarães (2002, p. 5) concordam que os *sites* das Bibliotecas Universitárias deveriam ser todos de terceira geração, para que possam utilizar todo o potencial que a *web* oferece para proporcionar "disponibilidade dos produtos e serviços informacionais, [...] e melhor relacionamento entre as unidades de informação e seus usuários". Os *sites* de terceira geração são totalmente interativos e dinâmicos, com serviços aos clientes e personalização ou ferramentas de customização de massas para o *marketing* direto.

Esse tipo de *site*, interativo e de terceira geração, dialoga melhor com o usuário, que já convive com essa dinâmica. O próprio *site* já apresenta vários formatos de mídias, ferramentas de busca e *links*, que são capazes de proporcionar não apenas a adequada disponibilidade dos produtos e serviços de informação, mas também de propiciar melhor relacionamento entre as bibliotecas e seus usuários, por meio da utilização de todo potencial tecnológico oferecido pela *web*. Esse relacionamento entre bibliotecas e usuários através da *web* dar-se-á através dos canais de comunicação existentes no *site* da biblioteca, como, por exemplo, a ferramenta MSN, listas de discussão da biblioteca; e fóruns de dúvidas e sugestões, como é sugerido por Dziekaniak (2006).

Sobre a importância dessa comunicação, Amaral e Guimarães (2008) afirmam que os *sites* institucionais refletem a imagem da instituição; sendo assim, o usuário vai avaliar a instituição de acordo com o tratamento que recebe através dele. Se o usuário não obtiver resposta pelos canais de comunicação disponibilizados no *site*, irá avaliar negativamente a biblioteca e a instituição como um todo.

O relacionamento que a unidade de informação deseja manter com seus públicos será o reflexo do processo de comunicação utilizado no ambiente físico da prestação de serviços da unidade de informação ou no seu *website*, que é a representação da identidade da unidade de informação como órgão prestador de serviços na *web* (AMARAL; GUIMARÃES, 2008, p. 10). De acordo com Crespo, Rodrigues e Miranda (2006, p. 7), os *sites* são utilizados para os mais diversos fins: "informar sobre os serviços oferecidos, acervo, horário de funcionamento, contatos, além de reunir as fontes de informação, auxiliar os usuários através de tutoriais, FAQs (*Frequently Asked Questions*, ou perguntas feitas com frequência) entre outros".

3 HORTINHA, Joaquim. **E-marketing**. Lisboa : Edições Sílabo, 2001. 288 p.

Os usuários acompanham a evolução da tecnologia e esperam que a biblioteca siga o mesmo caminho. Dessa forma, estão se tornando mais exigentes. Amaral e Guimarães (2008, p. 9) explicam que os usuários esperam encontrar os principais serviços e produtos de informação nos *sites* que acessam. Por isso, certamente esses usuários criam expectativas em relação à Biblioteca Universitária. De acordo com Hortinha⁴ (2001, apud AMARAL; GUIMARÃES, 2002), os usuários da atual Sociedade da Informação esperam, ao acessar um *site*, velocidade, conveniência, facilidade, personalização e, principalmente, resposta para suas mensagens.

Sobre a necessidade de atualização das bibliotecas, Dziekaniak (2006, p. 173) cita a personalização dos serviços, para oferecer ao usuário conforto, facilidade e identificação:

[...] se implantadas com criatividade e adaptação, essas tecnologias acrescentam otimização na prestação de serviços, ampliando a satisfação dos usuários, que não precisarão deslocar-se até a biblioteca para sentir-se informados e ao mesmo tempo receberão atendimento personalizado.

Segundo Amaral e Guimarães (2002), por meio da *internet* muitos produtos e serviços passaram a ser oferecidos, gerando maior promoção das unidades de informação. Os autores dão maior atenção aos *sites* institucionais, que necessitam de planejamento e monitoramento para obterem bons resultados e proporcionam satisfação aos usuários, assim como a todos os *sites* na *web*. Esse monitoramento dá-se por meio de avaliações, que irão pautar as atualizações e as aprimoramentos necessários. Clyde⁵ (2000, apud AMARAL; GUIMARÃES, 2008) destaca as formas de atualização baseadas nos resultados da avaliação:

[...] monitorar o seu uso; verificar se está atendendo às necessidades dos seus usuários; atualizar seu conteúdo; incluir novos conteúdos e serviços; checar e fazer a manutenção dos links, das estruturas de navegação, bem como dos programas e dos equipamentos utilizados nessa manutenção; responder aos e-mails ou correspondências tradicionais relacionadas ao website; treinar os recursos humanos e usuários envolvidos com o website; realizar publicidade e promoção constantemente; planejar de forma voltada para o futuro.

Para Amaral e Guimarães (2002) e Dziekaniak e colaboradores (2006), é possível avaliar se um *site* de Biblioteca Universitária obtém resultados efetivos classificando suas funções. Para isso, propuseram um modelo de avaliação. Abaixo é feita uma compilação de ambos:

a) função referencial: o *site* tem a função de ampliar o acesso para além do acervo da unidade de informação, fornecendo *links* para outras fontes de pesquisa e de consulta;

b) função de pesquisa: os serviços e produtos oferecidos pela biblioteca estão disponíveis no *site*, como consulta ao catálogo, lista de periódicos assinados, empréstimo e referência;

c) função de comunicação: é a função que visa a estabelecer comunicação com o usuário. Ferramentas como cadastro de usuários, coleta de sugestões e *e-mail* de contato direto com a biblioteca;

d) função informacional: verifica se o *site* apresenta o nome da biblioteca, setores, atividades realizadas, informações institucionais (missão, visão e valores), formas de contato, produtos e serviços oferecidos, normas, funcionamento, enfim todas as informações sobre a biblioteca que podem ser fornecidas no *site*;

4 HORTINHA, Joaquim. **E-marketing**. Lisboa : Edições Sílabo, 2001. 288p.

5 CLYDE, L. A. A strategic planning approach to Web site management. **The Electronic Library**, v. 18, n. 2, p. 97-108, 2000.

e) função promocional: refere-se a utilizar ferramentas *web* para promover a instituição, como *banners*, animações e janelas *pop-up*;

f) função institucional: as instruções que o *site* oferece sobre o funcionamento da biblioteca e de seus serviços, como tutoriais, FAQ e mapa do *site*.

Uma Biblioteca cujo *site* institucional atenda satisfatoriamente pelo menos alguns dos quesitos listados acima está mais preparada para atender ao usuário. Além do imenso potencial de comunicação que essa ferramenta oferece, ela também suporta várias mídias em um mesmo espaço. Amaral e Guimarães (2008, p. 9, grifo nosso) chamam esse espaço de convergência de serviços ao usuário como biblioteca do futuro:

O desempenho dos websites das unidades de informação como ferramentas de comunicação se destaca em importância, pois os usuários que acessam esses websites estão acessando a biblioteca do futuro. Provavelmente, **esperam encontrar e usufruir os principais serviços e produtos de informação do seu interesse nos websites** acessados por eles. Por consequência, certamente esses usuários **esperam que as unidades de informação estejam preparadas para tornar acessíveis e disponíveis os produtos e serviços de informação desejados por eles.**

Percebe-se, assim, a importância do *site* institucional como uma ferramenta fundamental para apresentar ao usuário todas as potencialidades da biblioteca. Uma forma de explorar satisfatoriamente essa ferramenta é a convergência de mídias, como será explicado nas próximas seções.

4 ANÁLISE DAS UNIVERSIDADES

Para este estudo foram selecionadas as bibliotecas centrais de cinco Universidades brasileiras, de acordo com o Ranking Webométrico⁶. Esse *ranking* mede a presença na *web* das Instituições de Ensino Superior do mundo. A avaliação para o ranqueamento é feita por meio de indicadores de desempenho, que se referem ao desempenho global de uma Universidade tendo em conta o seu compromisso de ensino, os resultados da pesquisa, seu prestígio internacional e vínculos com sua comunidade e com seus setores industrial e econômico.

Nessa perspectiva, considerou-se que esse foi o critério mais adequado para selecionar as Instituições de Ensino Superior, pois mede o uso de tecnologias de informação e de comunicação para atingir os objetivos da Universidade. Dentro do *ranking* latino-americano do primeiro semestre de 2012, foram selecionadas as cinco primeiras Universidades brasileiras listadas. São elas: Universidade de São Paulo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Universidade Federal de Santa Catarina e Universidade Federal do Rio de Janeiro. Foram selecionadas cinco universidades, pois esse número foi considerado adequado ao objetivo desta pesquisa, que é iniciar a exploração do tema na realidade brasileira.

5 COLETA DE DADOS

Para alcançar o segundo objetivo, identificar os serviços oferecidos pelas bibliotecas das principais universidades do país através do *site* institucional de cada uma, os dados foram coletados por meio de observação e análise dos *sites* das Bibliotecas Universitárias selecionadas. Para essa

6 O Ranking Webométrico (*Webometrics Ranking*) é publicado duas vezes por ano (em janeiro e julho), abrangendo cerca de 20 mil Instituições de Ensino Superior pelo mundo. Trata-se de uma iniciativa do Laboratório Cibernético, grupo de pesquisa pertencente ao *Consejo Superior de Investigaciones Científicas* (CSIC), o maior corpo de investigação pública na Espanha. O CSIC é ligado ao Ministério da Educação e seu objetivo principal é promover a pesquisa científica (RANKING, 2011, documento eletrônico).

atividade, foi utilizado o quadro elaborado por Dziekaniak (2006, p. 174), que abrange as funções, objetivos e principais itens referentes à usabilidade de *sites*. Para facilitar a coleta, os itens do Quadro 1 foram adaptados em um questionário elaborado na ferramenta *Google Docs*. Para cada item a ser observado, existia uma caixa de seleção. Dessa forma, a coleta de dados e a análise por estatísticas foi facilitada. Algumas modificações foram realizadas para que a coleta de dados se tornasse mais completa e condizente com os objetivos desta pesquisa. A coleta de dados ocorreu no primeiro semestre de 2012.

Quadro 1: Itens para avaliação de sites de bibliotecas

Função	Objetivo	Itens
Referencial	Ampliar o acesso para além do acervo da unidade de informação, fornecendo <i>links</i> para outras fontes	<i>Links</i> de <i>sites</i> de outras bibliotecas <i>Links</i> de periódicos eletrônicos <i>Links</i> de material de referência <i>Links</i> de <i>sites</i> instituição <i>Links</i> de mecanismos de busca Acesso a bases de dados
Pesquisa	Tornar disponíveis todos os serviços e produtos da biblioteca	Catálogo da biblioteca <i>online</i> Listas de assinaturas de periódicos Serviço de empréstimo (reserva, renovação <i>online</i>) Serviço de referência <i>online</i>
Comunicação	Visar à interatividade por meio de mecanismos para estabelecer relacionamentos	Formulários de cadastro de usuário Coleta de opiniões e de satisfação Coleta de sugestões e de críticas Pesquisa de opinião do <i>site</i> Sugestão de aquisições <i>Link</i> para contato com a biblioteca
Informacional	Prover informação sobre a unidade de informação	Nome da biblioteca e mantenedora Setores da biblioteca e sua equipe Notícias e novidades sobre a biblioteca Eventos realizados na biblioteca Missão da biblioteca <i>E-mail</i> e telefone geral e por setor Endereço físico Horário de funcionamento Normas e regulamentos Informações sobre instalações físicas Estatísticas, fotos e imagens da biblioteca Relação de produtos e serviços fornecidos
Promocional	Utilizar potencial da <i>Internet</i> para promover a unidade de informação	Selo com logotipo de instituição e da biblioteca Janelas <i>pop-up</i> com informações sobre a biblioteca <i>Banner</i> da biblioteca <i>Webcasting</i> e animações <i>Hot site</i>
Instrucional	Fornecer instruções de uso dos recursos informacionais e serviços prestados tradicionalmente (na sede) e <i>online</i>	FAQs (perguntas frequentes) Tutoriais de uso dos serviços e produtos disponíveis no <i>site</i> Tutoriais de uso dos serviços e produtos oferecidos pela biblioteca Mapa do <i>site</i> Instruções de uso do <i>site</i>

Fonte: Dziekaniak (2006, p. 174).

6 RESULTADOS E ANÁLISES

Os dados coletados dos *sites* das bibliotecas universitárias brasileiras foram tabulados em planilhas e gráficos e tratados para possibilitar comparações, inferências e correlações entre elas. Os dados foram coletados pela observação dos *sites* das bibliotecas listadas no Quadro 2. A análise dos *sites* foi feita com o uso do quadro para avaliação de *sites* de bibliotecas elaborado por Dziekaniak (2006), conforme mencionado anteriormente.

Quadro 2: *Sites* de Bibliotecas Universitárias brasileiras analisadas

Sistema de Bibliotecas	Sigla	Site da biblioteca
Universidade de São Paulo	USP	http://www.usp.br/sibi/
Universidade Federal do Rio Grande do Sul	UFRGS	http://www.biblioteca.ufrgs.br/
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho	UNESP	http://unesp.br/cgb/index_cat3_areas.php
Universidade Federal de Santa Catarina	UFSC	http://portalbu.ufsc.br/
Universidade Federal do Rio de Janeiro	UFRJ	http://www.sibi.ufrj.br/

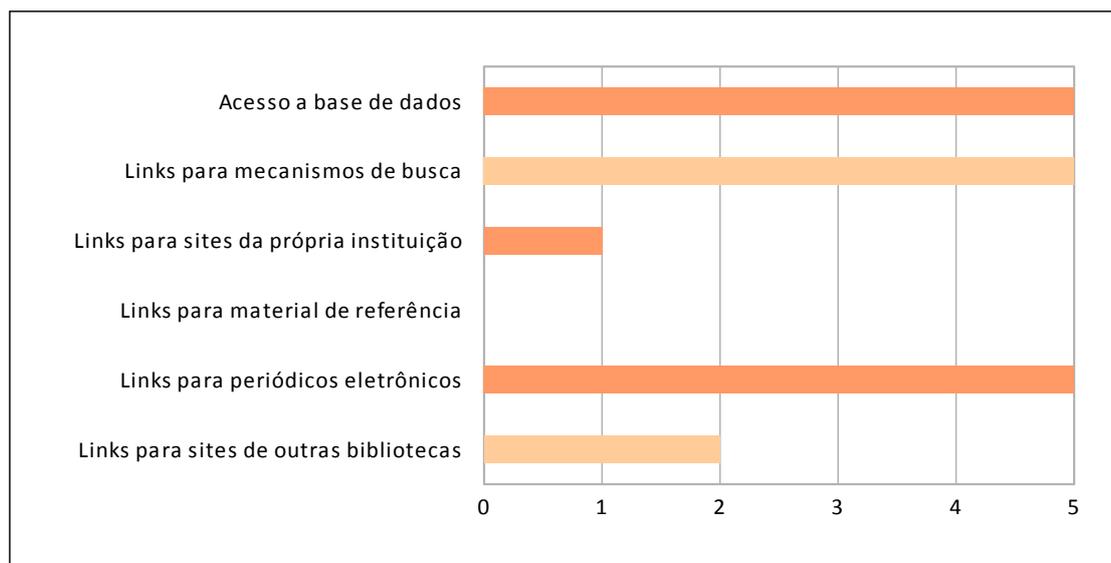
Fonte: Elaborado pelos autores.

A análise de cada uma das funções apresentadas no Quadro 1 (referencial, pesquisa, comunicação, informacional, promocional e instrucional) está apresentada em um gráfico de barras correspondente, e cada barra representa os cinco *sites* (100%).

6.1 Função referencial

A função referencial refere-se ao acesso dado pelo *site* da biblioteca para outras fontes de informação, além do catálogo da própria biblioteca, conforme demonstrado no Gráfico 1.

Gráfico 1: Função referencial



Fonte: Elaborado pelos autores.

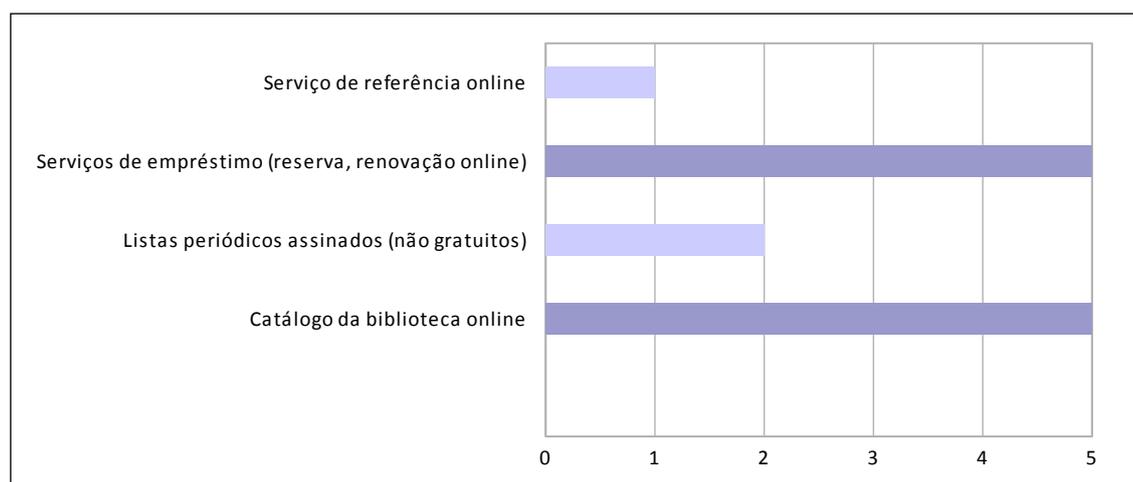
Observou-se que nenhum dos *sites* apresenta *links* para materiais de referência, como dicionários ou enciclopédias, mas, por outro lado, os *sites* das cinco bibliotecas oferecem acesso a portais de periódicos eletrônicos, principalmente o Portal da Capes, além de disponibilizar acesso a bases de dados variadas e a mecanismos de busca, seja para dentro do próprio *site* ou pelo *Google*. Duas bibliotecas fornecem acesso ao *Delicious*⁷, que é um de serviço de busca, e compartilhamento de *links* favoritos.

Apenas dois *sites* oferecem *links* para outras bibliotecas, e um deles redireciona para *sites* da própria instituição, além da página inicial da Universidade, como é o caso da UFRJ, com a página de acesso à Memória Institucional da UFRJ.

6.2 Função de pesquisa

A função de pesquisa refere-se aos meios que o *site* disponibiliza a seus usuários para a busca de informação dentro das possibilidades que a biblioteca oferece. O objetivo é tornar disponíveis todos (ou quase todos) os serviços e produtos da biblioteca, conforme apresentado no Gráfico 2.

Gráfico 2: Função de pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores.

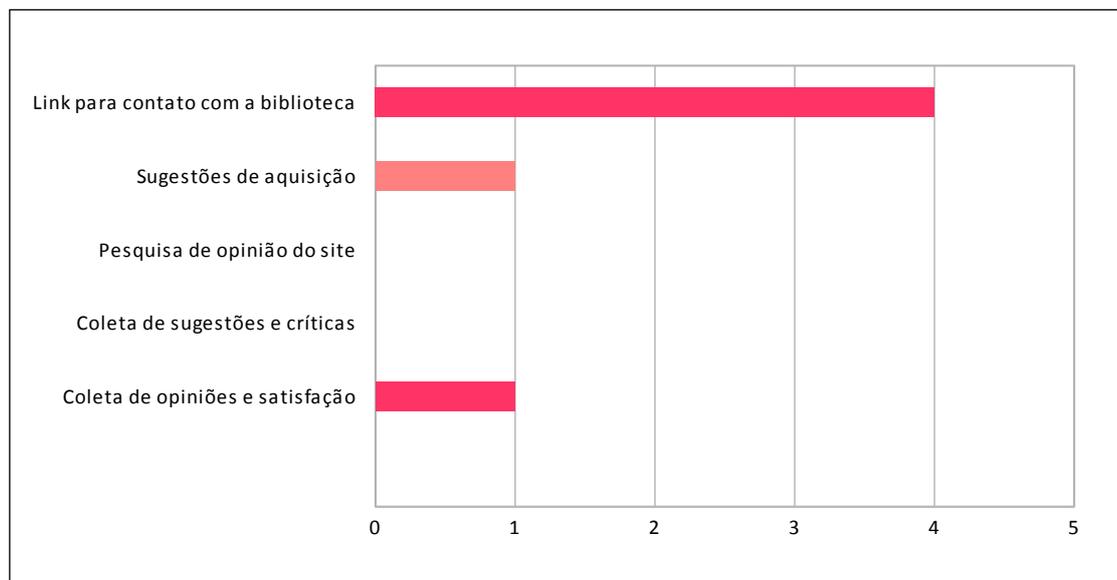
Observou-se que todos os *sites* analisados apresentam catálogo *online*, em que é possível pesquisar, reservar e renovar itens, mas apenas para os usuários cadastrados. Dois disponibilizam a lista dos periódicos assinados, todos com acesso *online*, e apenas um oferece serviço de referência através do *site*, mas não em tempo real. O serviço se intitula "Pergunte ao bibliotecário", no mesmo molde dos serviços do tipo "Ask a" citados anteriormente. Algumas bibliotecas apresentavam serviço de referência na mesma página do catálogo, o que não foi considerado, pois foram apenas utilizadas as informações disponíveis na página inicial. Três bibliotecas ainda oferecem acesso a periódicos da própria universidade e duas disponibilizam livros eletrônicos para *download*, como é o caso da UFRGS e da UNESP.

⁷ O *Delicious* oferece um serviço *online* que permite adicionar e pesquisar *bookmarks* (marcadores) sobre qualquer assunto. Além de um mecanismo de busca, também é uma ferramenta para arquivar e catalogar os *sites* preferidos para acessá-los de qualquer lugar.

6.3 Função de comunicação

Esta função objetiva estabelecer relacionamento e interação com o usuário por meio de canais de comunicação. Foi excluído o item Formulário de cadastro de usuário, pois em todos os casos analisados apenas alunos da universidade podem utilizar os recursos da biblioteca em sua totalidade, conforme especificado no Gráfico 3.

Gráfico 3: Função de comunicação



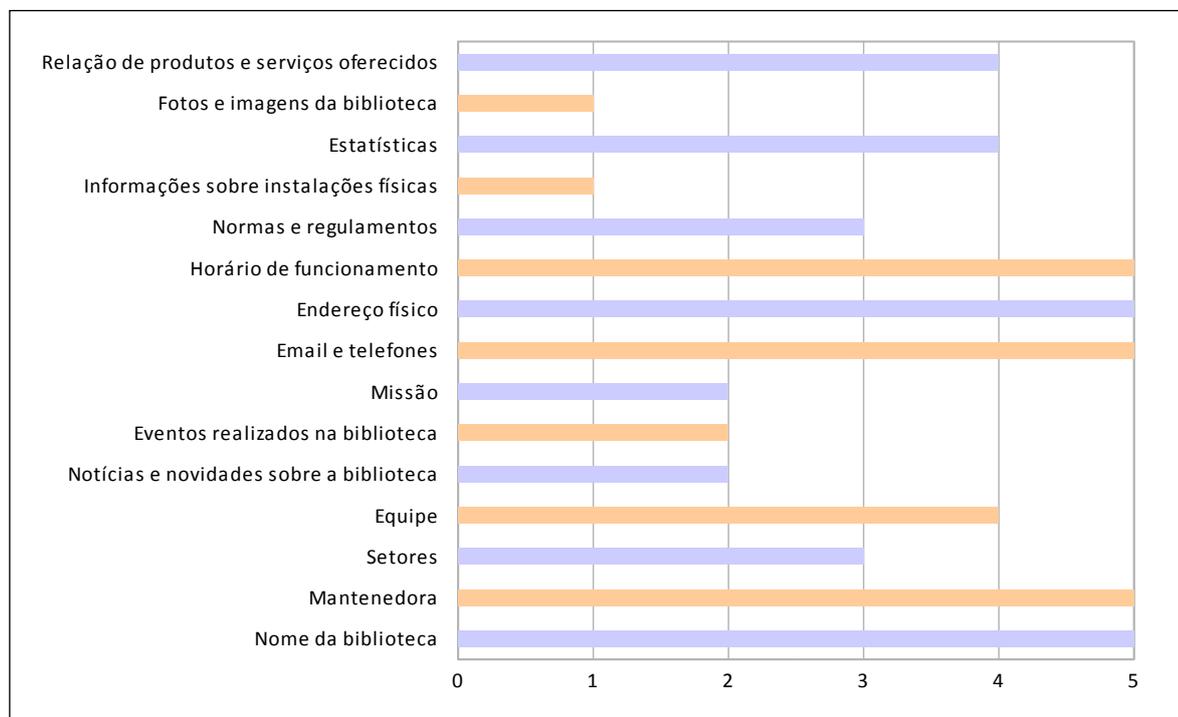
Fonte: Elaborado pelos autores.

Quase todos os *sites* apresentam *link* para comunicação direta com a biblioteca ou com seus diversos setores. Por outro lado, nenhuma oferece espaço específico para sugestões e críticas nem para opiniões sobre o *site*. Apenas a UFRJ se preocupou em coletar a opinião de seus usuários, mas essa opinião se restringe à avaliação de bases de dados e de periódicos eletrônicos oferecidos como teste para a biblioteca, e não existe um campo específico para esse fim. No que se refere a sugestões de aquisição, apenas a UFSC atendeu ao item. A recomendação ao aluno é que, após pesquisar no *software* Pergamum e verificar a não existência da obra no acervo, clique em sugestão de aquisição e preencha um formulário, que será enviado ao Serviço de Seleção e Aquisição da Biblioteca Universitária. Apesar de outras bibliotecas utilizarem o Pergamum, o objetivo desta pesquisa é avaliar as informações apresentadas nos *sites*, mesmo que outra biblioteca ofereça o mesmo serviço. Caso essa informação não seja divulgada, não é contabilizada neste trabalho.

6.4 Função informacional

Refere-se a todas as informações sobre a biblioteca disponíveis no *site* institucional. É a apresentação da biblioteca para o usuário, mostrando seus serviços e produtos, formas de contato, normas de funcionamento, entre outras informações, conforme demonstrado no Gráfico 4.

Gráfico 4: Função informacional



Fonte: Elaborado pelos autores.

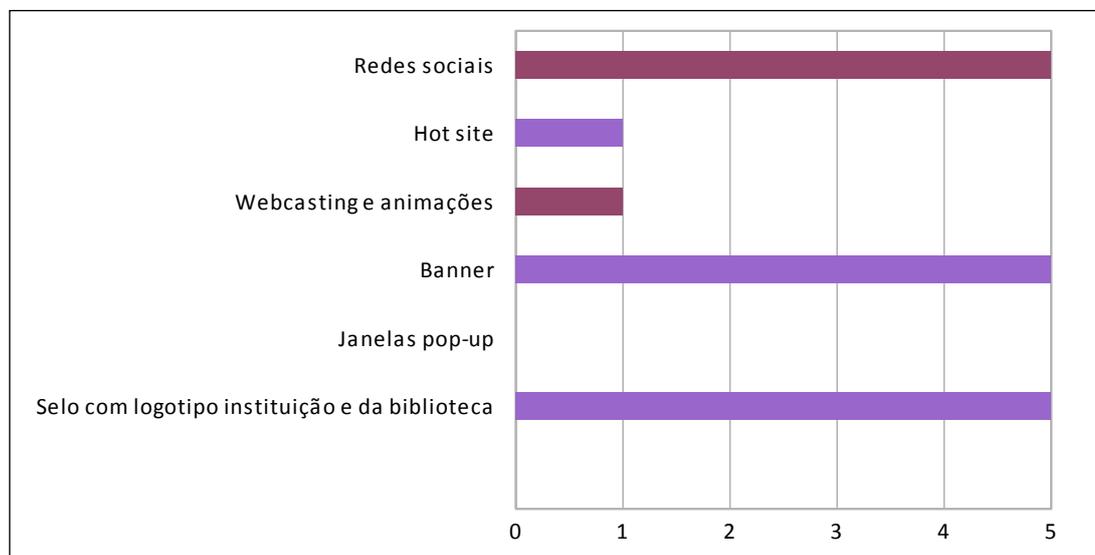
Observou-se que todas as bibliotecas informam endereço, horários de funcionamento, formas de contato (*e-mail* e telefone), a universidade a que estão vinculadas e produtos e serviços oferecidos presencial e virtualmente. Foi observado que duas mantêm atualizado algum portal de notícias, e duas divulgam os eventos que realiza.

No item setores, por se tratar de Sistemas de Bibliotecas, foi analisada a existência de informações sobre as bibliotecas que integram o sistema. Três delas informam a equipe de trabalho e trazem informações detalhadas sobre as bibliotecas integrantes. Quatro apresentam dados estatísticos em forma de relatórios ou tabelas referentes ao tamanho do acervo e número de usuários, e três informam as normas e os regulamentos da biblioteca. Apenas uma ilustra a biblioteca com fotos e uma descreve seu espaço físico.

6.5 Função promocional

Esta função refere-se à utilização dos recursos disponíveis na *web* para promover a biblioteca, conforme apresentado no Gráfico 5. Foi incluído aqui o item Redes Sociais, pois é uma ferramenta que muitas bibliotecas utilizam para divulgar seus serviços e produtos e também é uma forma que visa a melhorar a comunicação com seus usuários. Esse item não existia no formulário de Dziekaniak (2006).

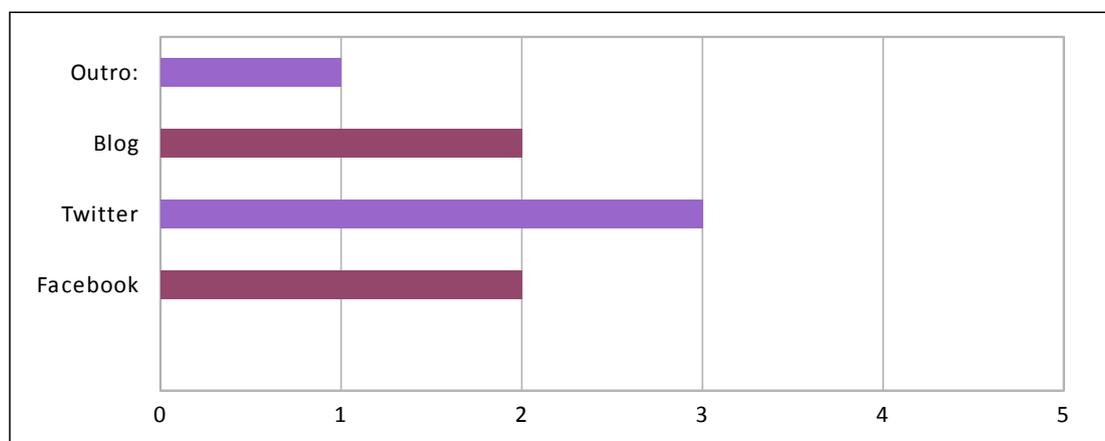
Gráfico 5: Função promocional



Fonte: Elaborado pelos autores.

Todos os *sites* observados apresentam selo com logotipo da instituição e da biblioteca e *banner* no topo da página. *Banner* são imagens ou animações que geralmente contêm mensagem publicitárias e janelas *pop-up* são pequenas janelas que se abrem automaticamente ao acessar o *site* e geralmente têm mensagens publicitárias, mas também podem servir para informações de caráter temporário. Não foi encontrada nenhuma ocorrência de *pop-up* nos sites analisados. Finalmente, *hot site* é uma página temporária, com a função de promover algum produto ou serviço, e foi encontrado em apenas um *site*, com o propósito de comemorar o aniversário do Sistema de Biblioteca. Apenas um *site* apresentava *webcasting* (ou *webcast*, que é a transmissão em áudio e vídeo por meio de pacotes) e animações, em formato de tutoriais, de treinamento e de apresentação da biblioteca. Todas as bibliotecas indicam perfil em redes sociais, três com *twitter*, duas com *blog* e duas com *Facebook*. A UNESP tinha perfil em outra rede, o *Youtube*, de acordo com o Gráfico 6.

Gráfico 6: Perfil em redes sociais

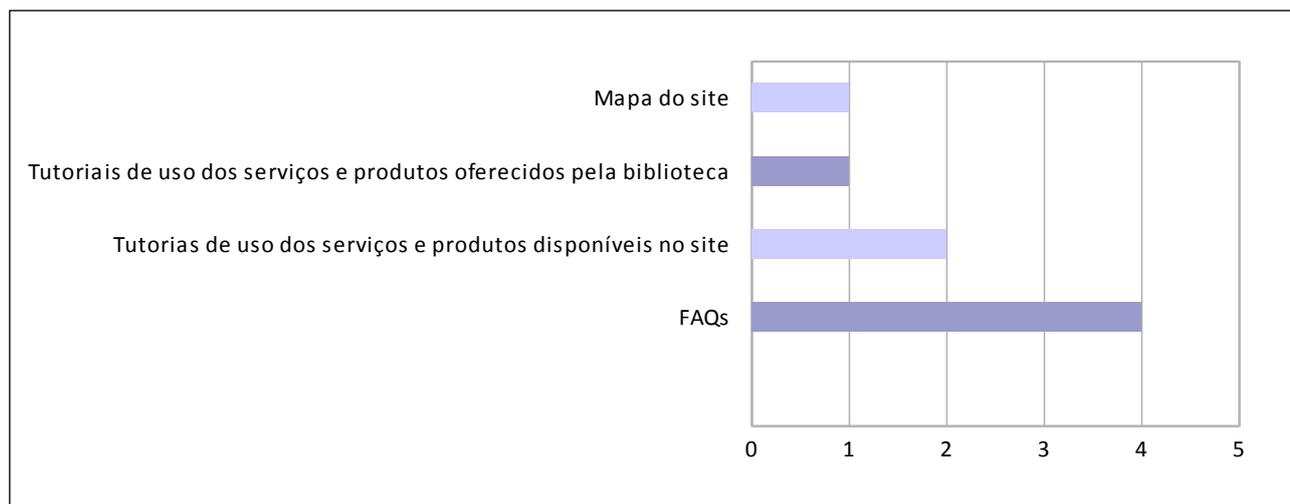


Fonte: Elaborado pelos autores.

6.6 Função instrucional

Esta função refere-se às instruções apresentadas no *site* sobre o funcionamento geral da biblioteca e uso de seus serviços, conforme especificado no Gráfico 7.

Gráfico 7: Função Instrucional



Fonte: Elaborado pelos autores.

6.7 FAQs

Entre os *sites* analisados, quatro apresentam FAQ, dois têm tutoriais sobre os produtos e serviços oferecidos pelo *site*, e, inclusive, um apresenta tutorial em vídeo e programa de capacitação de usuários. Apenas um *site* possui tutorial para os serviços oferecidos presencialmente, como empréstimo, e um indica mapa do *site*. Em nenhum foram observadas instruções para uso do *site*. Constatou-se com essa última análise que a navegação nos *sites* deve dar-se de forma intuitiva, pois não há recursos para orientar o usuário na busca de informações dentro de cada *site*.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a coleta de dados, foram observados alguns itens não previstos inicialmente. Duas bibliotecas, UFRJ e USP, reservam espaço no *site* com informações técnicas para profissionais da área, como catalogação e indexação na base, e a USP foi além ao oferecer um serviço de capacitação para bibliotecários. A preocupação com a acessibilidade foi constatada em duas ocasiões. No primeiro caso, a disponibilização pela USP do serviço de disque braile, que consiste em um catálogo coletivo informatizado com informações sobre livros em braile e áudio-livros. No segundo caso, a UFSC oferece um ambiente de acessibilidade informacional, em que fornece serviços como espaços de estudo e equipamentos adequados, como computadores com *softwares* de leitura, lupas, máquina de escrever em braile e *scanner*, entre outros.

Com base nas informações obtidas na coleta de dados, pode-se perceber que as Bibliotecas Universitárias brasileiras utilizam de maneira muito tímida as Tecnologias de Comunicação e de Informação existentes. Através dos *sites* poucos serviços são oferecidos. Observou-se que os *sites* das bibliotecas exercem a função de divulgar os serviços básicos, como acesso ao catálogo, reserva e renovação de materiais, com alguma forma de contato com o bibliotecário, mas sem haver grande

interação com o usuário. As bibliotecas universitárias brasileiras em geral, tendem a modernizar o empréstimo e o processamento técnico, mas não costumam ousar no que se refere a serviços oferecidos.

REFERÊNCIAS

AMARAL, S. A. do; GUIMARÃES, Tatiara Paranhos. Websites de unidades de informação como ferramentas de comunicação com seus públicos. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciências da Informação**, Florianópolis, n. 26, 2008.

CRESPO, Isabel Merlo; RODRIGUES, Ana Vera Finardi; MIRANDA, Celina Leite. Bibliotecas universitárias e as fontes de informação eletrônica: o bibliotecário e as novas demandas. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 14., 2006. Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2006.

CRESPO, Isabel Merlo; RODRIGUES, Ana Vera Finardi; MIRANDA, Celina Leite. Bibliotecas universitárias e as fontes de informação eletrônica: o bibliotecário e as novas demandas. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 14., 2006. Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2006.

DZIEKANIAK, Gisele Vasconcelos; et al. Avaliação de websites de bibliotecas universitárias da região sul. **Biblos**, Rio Grande, v.19, 2006. p. 171-200.

FERREIRA, Sarah Lorenzon; COSTA, Maria Cristina Castilho. A biblioteca na cultura digital: tendências e perspectivas visando um ambiente mais interativo. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 16.; SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE BIBLIOTECAS DIGITAIS, 2., 2010. Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: UFRJ, 2010. Disponível em: <http://www.sibi.ufrj.br/snbu/pdfs/orais/final_122.pdf>. Acesso em: 21 out. 2011.

FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Textos avançados em referência & informação**. São Paulo: Polis: Associação Paulista de Bibliotecários, 1996. 124 p.

HORTINHA, Joaquim. **E-marketing**. Lisboa : Edições Sílabo, 2001. 288 p.

LITTON, Gaston. **La Biblioteca Universitaria**. Buenos Aires: Bowker, 1974. (Breviários del Bibliotecário, 17).

MACEDO, Neusa Dias de; MODESTO, Fernando. Equivalências: do serviço de referência tradicional e novos ambientes de redes digitais em bibliotecas. **Revista Brasileira de Biblioteconomia**, São Paulo, v.1, n.1, 1999.