



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

ERMINDA DA CONCEIÇÃO SILVA DE CARVALHO

**A COMUNICAÇÃO DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COM
O ACADÊMICO DO EAD**

Londrina
2021

ERMINDA DA CONCEIÇÃO SILVA DE CARVALHO

**A COMUNICAÇÃO DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COM
O ACADÊMICO DO EAD**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação (PPGCI), da Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Orientadora: Profa. Dra. Thais Batista Zaninelli.

Londrina
2021

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UEL.

C331 Carvalho, Erminda da Conceição de.
A comunicação da Biblioteca Universitária com o acadêmico do EAD / Erminda da Conceição de Carvalho. - Londrina, 2021.
130 f. : il.

Orientador: Thais Batista Zaninelli.
Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Educação Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, 2021.
Inclui bibliografia.

1. Biblioteca Universitária - Tese. 2. Comunicação - Tese. 3. Educação a Distância - Tese. 4. Marketing Digital - Tese. I. Zaninelli, Thais Batista . II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Educação Comunicação e Artes. Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. III. Título.

CDU 02

ERMINDA DA CONCEIÇÃO SILVA DE CARVALHO

A COMUNICAÇÃO DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COM O ACADÊMICO DO EAD

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação (PPGCI), da Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Thais Batista Zaninelli
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Profa. Dra. Sueli Bortolin
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof. Dr. João Arlindo dos Santos Neto
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Londrina, 15 de junho de 2021.

*Aos meus pais **José** e **Maria**, in memoriam*

AGRADECIMENTOS

“Antes de tudo, sou grato ao meu Deus.”

(Romanos 1:8)

Em minha condição atual de aspirante à pesquisadora, muitos desafios e surpresas surgiram, mas em nenhum momento meu caminhar foi solitário. Cada momento teve a sua particularidade e a sua importância, desde um simples café, uma carona, uma troca de e-mail, um envio de figurinha pelo *WhatsApp*, um olhar, uma palavra, um direcionamento, uma viagem aos eventos, uma indicação de leitura, um compartilhamento de saber. Neste caminho, tudo se transforma em aprendizado e no sentimento de gratidão, que estendo às pessoas que, direta ou indiretamente, fazem parte deste processo, compartilhando conhecimentos, saberes, vivências, amizade e tempo. Todos são muitos especiais em minha vida.

À Universidade Estadual de Londrina, UEL, e ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação e a todos os seus professores, muito obrigada pela oportunidade de integrar este campo da ciência.

À Professora Dra. Thais Batista Zaninelli, pela orientação, dedicação, sugestões, críticas e apoio no desenvolvimento desta dissertação. A cada dia mais aprendo, e este aprender é transformador. Minhas conquistas, reflexões e descobrimentos são mediados pela sua expertise na pesquisa.

Aos professores (Sueli e João), que aceitaram fazer parte desta Banca, bem como aos professores suplentes (Leticia e Fernando), que contribuem para meu desenvolvimento intelectual, nutrindo com suas experiências de pesquisa no Campo da Ciência da Informação e das Bibliotecas. Os saberes são diversos, a essência é a mesma, ensinar é uma fonte latente.

Aos colegas do mestrado, parceiros nesta caminhada, agradeço a amizade e cooperação mútua durante o curso das disciplinas; todos foram importantes no processo, principalmente aqueles que partilharam trabalhos e pesquisas. Cada um com o seu desafio, todos compartilhando o melhor a ser oferecido.

Aos amigos mais que especiais que contribuíram de várias formas: Graziela Cervelin, Lourival Gonçalves, Max Francioli e Evelyn Mayer, pessoas maravilhosas que a vida me presenteou com a amizade.

À minha família, cada um contribuindo com meus objetivos:

Meu esposo Jefferson, hoje e sempre me apoiando. Simplesmente, o amor da minha vida!

Meus filhos Arthur e Lourdes, muito mais que a alegria de meu viver, minha inspiração para continuar.

Minha sogra Luiza, que deu suporte durante minha ausência em casa.

Meus irmãos, pelo incentivo, em especial, ao Cicero, que sempre foi um exemplo de dedicação aos estudos e profissionalismo. Grandes são os mestres, poucos merecem ser.

Às Instituições em que atuei como bibliotecária, assessora pedagógica e gestora de bibliotecas, que em muito contribuíram para a minha reflexão sobre o papel da Biblioteca Universitária frente às concepções da Educação à Distância no Brasil e sua interação com a comunidade usuária. Em especial, a UNIFIL e o Colégio onde atuei de 2012 a 2020 como Gestora do Sistema de Bibliotecas.

Meu reconhecimento.

CARVALHO, Erminda da Conceição Silva de. **A comunicação da Biblioteca Universitária com o acadêmico do EAD**. 2021. 131 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2020.

RESUMO

A comunicação da Biblioteca Universitária com sua comunidade usuária requer um conhecimento em profundidade do perfil do público atendido. Nesse sentido, as estratégias da comunicação fundamentadas pelo Marketing colaboram na promoção dos serviços e na maior interação das unidades de informação com os usuários – quanto a esta pesquisa, os acadêmicos do EAD. Utilizar as ferramentas do Marketing Digital permite selecionar os canais de comunicação de acordo com as preferências de comunicação das Gerações *Baby Boomers*, *Geração X*, *Y* e *Z*. O objetivo deste estudo é compreender como ocorre a comunicação entre a biblioteca universitária e o acadêmico do EAD. Para tanto, adotou-se a metodologia de estudo de caso exploratório de natureza qualitativa, iniciando com a revisão de literatura, análise documental e a elaboração do questionário para a coleta de dados. Os resultados mostraram que é crescente o número de acadêmicos nos cursos do EAD cujo perfil etário abrange pessoas com menos de 18 anos, mas concentrado entre as pessoas de 26 a 35 anos, denominados, na literatura, de nativos digitais. Relativamente aos resultados da Instituição participante, concluiu-se que os canais de comunicação utilizados pela biblioteca são convencionais (telefone e e-mail), mas há exemplos de uso de redes sociais e do Marketing Digital para o desenvolvimento de plano de comunicação modernizado. Portanto, considera-se que a comunicação nas Bibliotecas Universitárias é um item importante no papel do gestor bibliotecário, cabendo a ele desenvolver estratégias de interação com o usuário remotamente a fim de atender as necessidades informacionais e, ao mesmo tempo, promover a própria unidade de informação. Sendo importante, essa comunicação precisa ocorrer efetivamente e satisfatoriamente com todos os públicos, tanto de forma presencial quanto remota a fim de promover serviços e atender as demandas informacionais dos usuários.

Palavras-chave: biblioteca universitária; comunicação em bibliotecas; educação a distância; marketing digital; estudo das gerações; *baby boomers*; *geração X*, *Y*, *Z* e Alfa.

CARVALHO, Erminda da Conceição Silva de. **Communication between the University Library and the EAD academic**. 2021. 131 p. Dissertation (Master in Information Science) – State University of Londrina, Londrina, 2021.

ABSTRACT

The communication of the University Library with the user community requires an in-depth knowledge of the profile of the audience attended. In this sense, the communication strategies, based on Marketing, collaborate in the promotion of services and in the interaction between units and users as for this research, the Distance Learning students. The use of Digital Marketing tools allows to select the communication channels according to the communication preferences of Baby Boomers' Generations, the X, Y and Z Generations. The objective of this study is to understand how the communication between the library and the Distance Learning students occurs. For this purpose, the methodology of exploratory case study of qualitative nature was adopted, starting with the literature review, document analysis and the elaboration of the questionnaire for data collection. The results showed that the number of academics is increasing in Distance Learning courses whose age profile covers people under 18 years, but concentrated among people aged 26 to 35 years, denominated digital natives by the literature. As regards the results of the participating institution, it was concluded that the communication channels used by the library are conventional (telephone and e-mail) but there are examples of using social networks and Digital Marketing to develop a modernized communication plan. Therefore is allowed to consider that communication in University Libraries is an important item in the role of the librarian, manager, it is up to him to develop strategies of interaction with the user remotely in order to meet informational needs and, at the same time, promote the information unit itself. Importantly, this communication needs to take place effectively and satisfactorily with all audiences, both in person and remotely, in order to promote services and meet the informational demands of users.

Key words: university library; communication in libraries; distance education; digital marketing; study of generations *baby boomers*; *geração X, Y, Z y Alfa*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Conceitos do EAD	28
Figura 2 -	Comunicação da BU com o público-alvo.....	46
Figura 3 -	Os 8Ps do Marketing Digital	49
Figura 4 -	Estudos das Gerações	57
Figura 5 -	Perfil de conectividade do estudante brasileiro	65
Figura 6 -	Fases da Pesquisa.....	67
Figura 7 -	Canais de comunicação utilizados no EAD X Biblioteca	91
Figura 8 -	Canais de comunicação das BUs X Gerações.....	94

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Funções da Comunicação.....	38
Quadro 2 - Os 7 Níveis da Comunicação.....	38
Quadro 3 - Canais de Comunicação X Gerações	39
Quadro 4 - Os 8Ps do Marketing Digital.....	50
Quadro 5 - Influências e atributos geracionais	55
Quadro 6 - Dados do Censo.EAD.BR	78
Quadro 7 - Serviços oferecidos pelo Sistema Integrado de Bibliotecas Claretiano.....	81
Quadro 8 - Serviços Informacionais	81

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Idade da População Brasileira - 3º trimestre de 2020	64
Tabela 2 -	Número de instituições, matrículas, cursos e concluintes, 2019	72
Tabela 3 -	Faixa etária do estudante universitário no Brasil, 2019.....	73
Tabela 4 -	Faixa etária do estudante universitário no Brasil, 2014 – 2019.....	74
Tabela 5 -	Expansão do EAD de 2014 a 2019	74
Tabela 6 -	Crescimento do número de polos e ingressantes no EAD, 2014 -2019.....	75
Tabela 7 -	Dados do Censo 2019, Claretiano	80

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABED	Associação Brasileira de Educação a Distância
AMA	American Marketing Association
BU	Biblioteca Universitária
DCN	Diretrizes Curriculares Nacionais
DM	Dispositivos Móveis
DSD	Diagrama de Soluções Digitais
EAD	Ensino a Distância
FIES	Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IES	Instituições de Ensino Superior
LDB	Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional
MEC	Ministério da Educação
PROUNI	Programa Universidade para Todos
SAB	Sistemas de Automação de Bibliotecas
Sibi/UFG	Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Goiás
SIDRA	Sistema IBGE de Recuperação Automática
TIC	Tecnologia da Informação e da Comunicação

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA: CONCEITO, HISTÓRICO E MODERNIZAÇÃO	18
2.1	CONCEITO E HISTÓRICO DAS BIBLIOTECAS NO BRASIL	18
2.2	SERVIÇOS NAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS	22
2.3	SERVIÇOS DIRECIONADOS AO EAD	25
3	EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: CONCEITOS, HISTÓRICO E REGULAMENTAÇÃO	27
3.1	CONCEITOS DO EAD	27
3.2	FUNDAMENTOS HISTÓRICOS DO EAD	31
3.3	REGULAMENTAÇÃO DO EAD NO BRASIL	32
4	COMUNICAÇÃO	37
4.1	COMUNICAÇÃO: CONCEITOS E FUNDAMENTOS	37
4.2	TIPOLOGIA DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO	39
4.3	CORRELAÇÃO ENTRE A TEORIA DA COMUNICAÇÃO E A CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	40
4.4	A COMUNICAÇÃO EM UNIDADES DE INFORMAÇÃO	41
4.5	MARKETING DIGITAL	47
5	ESTUDO DAS GERAÇÕES: CONCEITOS, DEFINIÇÕES E CARACTERÍSTICAS	54
5.1	CONCEITOS E DEFINIÇÕES DAS GERAÇÕES	54
5.2	CONTEXTO HISTÓRICO X GERAÇÃO	57
5.3	GERAÇÃO BABY BOOMERS (NASCIDOS ENTRE 1940 -1960)	58
5.4	GERAÇÃO X (NASCIDOS ENTRE 1960 -1979).....	59
5.5	GERAÇÃO Y (NASCIDOS ENTRE 1980-1990)	60
5.5	GERAÇÃO Z (NASCIDOS ENTRE 1995 - 2010)	61
5.6	GERAÇÃO ALPHA (NASCIDOS APÓS 2010)	62
5.7	AS GERAÇÕES E OS CANAIS DE COMUNICAÇÃO	64

6	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	66
6.1	LÓCUS E SUJEITOS DA PESQUISA	67
6.2	LIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	68
6.3	INSTRUMENTOS E COLETA DE DADOS	69
7	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	71
7.1	DADOS DO CENSO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR 2014 – 2019	71
7.2	INSTITUIÇÕES, CURSOS, MATRÍCULAS E CONCLUINTES	72
7.3	EXPANSÃO DO EAD – CENSO 2014/2019	74
7.4	DADOS DO APURADOS NA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO E DISTÂNCIA	76
7.5	ESTUDO DE CASO: A COMUNICAÇÃO DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COM O ACADÊMICO DO EAD.....	79
7.6	SISTEMA INTEGRADO DE BIBLIOTECAS DO CLARETIANO.....	80
7.7	ANÁLISE DOS DADOS – QUESTIONÁRIO	83
7.8	ANÁLISES DOS DADOS EM RELAÇÃO AOS OBJETIVOS DA PESQUISA.....	87
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
	REFERÊNCIAS	99
	APÊNDICES	113
	APÊNDICE A - Quadro da regulamentação do EAD no Brasil	114
	APÊNDICE B - Instrumento de Coleta de dados – Questionário Eletrônico – Biblioteca	116
	APÊNDICE C - Instrumento de Coleta de dados – Questionário Eletrônico – EAD	122
	APÊNDICE D - Análise das questões agrupadas.....	127

1 INTRODUÇÃO

A transformação digital que ocorre na sociedade impacta diversos setores, especialmente o da educação. O ensino superior, devido à expansão da modalidade a distância, exige dos gestores, dos professores, dos analistas de sistemas, dos bibliotecários e demais profissionais que atuam no contexto educacional uma melhor compreensão acerca das concepções históricas, legislativas e tecnológicas pertinentes a esse modelo educacional, que é tendência.

A perspectiva de transformação de mudança está presente em toda a história da sociedade cuja ascensão se dá por meio da difusão e uso do conhecimento transmitido de geração a geração. Na atualidade, as gerações alimentam-se de inúmeros conhecimentos e transformam os modos de aprender e de se comunicar, impactando no processo comunicativo da Biblioteca Universitária (BU) com o público-alvo.¹

As Bus – compreendidas nesse estudo como dispositivo educacional – buscam criar estratégias de comunicação com o perfil de usuário remoto (SANTOS; GOMES; DUARTE, 2016), posto que o acesso a distância é cada vez mais utilizado no Brasil e em todo o mundo, mostrando-se seguro, prático, flexível e produtivo ao usuário que desfruta do acesso aos produtos e serviços da biblioteca no momento em que desejar.

A Educação a Distância (EAD) é uma modalidade de ensino mediada por tecnologia: o estudante e o professor não estão no mesmo ambiente físico; conectam-se de modo on-line. Essa forma de ensino-aprendizagem transforma-se em uma tendência mundial, conforme se verifica nos dados apurados nesta dissertação com base no *Censo da Educação Superior*. Atualmente, é um desafio um mundo sem o EAD. Ressaltamos que nessa dissertação, EAD poderá significar Educação a Distância e/ou Ensino a Distância, Ensino Online, Ensino Remoto, sendo definidos pelo uso dos artigos a ou o, por exemplo - o EAD; a EAD - nas citações será preservada a grafia utilizada pelos autores.

No Brasil, em 2019, essa modalidade teve 1.592.184 (um milhão, quinhentos e noventa e dois mil, cento e oitenta e quatro) ingressantes em 16.135

¹ Ao longo desta dissertação, a sigla BU será usada quando fizer referência à Biblioteca Universitária, e BUs quando estiver no plural.

(dezesseis mil, cento e trinta e cinco) polos distribuídos pelo País. Segundo Moran (2003, 2015), o EAD expandiu-se devido às vantagens para o estudante que não dispõe de tempo para estar presencialmente em sala de aula, bem como pela atratividade de preço e de recurso tecnológico, já em domínio por quase todas as gerações.

Dada essa influência, a mudança no processo educacional também se estende aos cursos presenciais, com a publicação da Portaria/MEC n. 1.428/2018, que autoriza 40% de semipresencialidade, exigindo adequação de vários setores das instituições, inclusive da biblioteca, que precisará aprender a identificar as percepções dos novos usuários e repensar seus processos de organização, armazenamento e disseminação, fazendo uso da Tecnologia da Informação e da Comunicação (TIC).

Nesse sentido, Vechiato (2013) considera que as mudanças nos comportamentos e habilidades tecnológicas dos sujeitos *ciberconectados*, com preferência pela utilização de Dispositivos Móveis (DM), com acesso remoto, sem limite de tempo ou interrupção, caracterizando o perfil dos acadêmicos na atualidade. Esse perfil abrange pessoas de todas as faixas etárias, com facilidade ou não de compreender a dinâmica da proposta da modalidade, que ingressam nos mais de 4.529 (quatro mil, quinhentos e vinte e nove) cursos oferecidos, e já somam mais de 9.500 (nove mil e quinhentos) formados no período de 2014-2019, apenas nos cursos de Bacharelado, Licenciatura e Superiores Tecnólogos. A aceitação da modalidade ocorreu em todas as regiões do Brasil, com números crescentes (BRASIL, 2014 -2019; SILVA; BEHAR, 2019).

Essa demanda expoente do EAD influencia a transformação da comunicação tradicional para a digital de forma dinâmica, considerando que o público é formado por pessoas digitalmente letradas, que se relacionam socialmente e que buscam informação de forma conectada e em rede.

O letramento digital está presente na sociedade desde a década de 1980, quando surgiram novas formas de comunicação e interação entre os sujeitos mediada pela tecnologia (VEIGAS; GOULART, 2020). Apesar disso, o letramento digital no Brasil ainda é um desafio. Segundo Araújo e Glotz (2014), além das dificuldades básicas de letramento devido aos diversos problemas sociais que assolam o País, há um número considerável de brasileiros que ainda não tem acesso à tecnologia, ou, quando a tem, não são letrados, mas apenas alfabetizados

tecnológicos. Esses seriam o denominado grupo de analfabetos tecnológicos funcionais, que segundo Oliveira e Azevedo (2007), são aqueles que se julgam conhecedores e dominantes do universo tecnológico, mas não possuem o letramento digital para utilizá-los aos mais diferenciados fins (desde o manuseio do celular até cursar uma faculdade a distância).

Portanto, atender às necessidades informacionais de cada acadêmico do EAD, contribuindo para a sua formação e fortalecimento dos objetivos institucionais – dos quais as BUs pertencem – faz-se necessário frente ao crescimento exponencial desse perfil de estudantes (CORREA, 2016; SILVA; BEHAR, 2019).

Os acadêmicos do EAD têm um perfil diferenciado dos estudantes inseridos na modalidade presencial. Apesar de ambos os perfis abrangerem todas as faixas etárias, o acadêmico EAD mostra-se mais autônomo no processo de ensino-aprendizagem.

É fato que é necessário considerar as características de cada geração, seu comportamento informacional, competências e influências digitais, bem como suas habilidades com os recursos tecnológicos; no entanto, por utilizarem de ferramentas diversas (computadores, celulares, *smartphones*, *tablets*, *notebooks*, plataformas digitais, que são os mecanismos de acesso ao ambiente de aprendizagem) o acadêmico presencial precisa – quando se faz necessário - desenvolver autonomia no processo de aprendizagem (SILVA; BEHAR, 2019).

Sendo assim, torna-se fundamental que as bibliotecas destinadas a darem suporte informacional ao EAD compreendam as diferenças entre os vários perfis e desenvolvam estratégias de comunicação a fim de que seus serviços e produtos possam ser consumidos por cada segmento, cada público-alvo.

Diante do exposto, o desafio atreito a essa pesquisa é estabelecer parâmetros orientadores para o desenvolvimento ou utilização de canais e/ou plataformas de comunicação entre a biblioteca e os novos perfis de usuários, que estão remotamente interligados ao sistema de bibliotecas e a seus recursos. Propõe-se identificar as principais características desse público e as plataformas que utilizam para comunicarem-se e, ao mesmo tempo, compreender a dinâmica que abrange essa modalidade de ensino, permitindo elucidar a questão norteadora dessa pesquisa: “como se opera o processo de comunicação da Biblioteca Universitária com o acadêmico do EAD?”.

Essa pesquisa analisou como ocorre o processo de comunicação da biblioteca com o usuário remoto, assim como estudou/compreendeu as características do estudante universitário; os canais de comunicação que utilizam para buscar, receber e compartilhar informação; observar quais são as tecnologias de comunicação que as bibliotecas utilizam em seu plano de comunicação.

Por compreender que a busca pela informação à biblioteca é um ato de comunicação, essa pesquisa entende que as perspectivas de comunicação também são adaptativas e tem correlação com a Ciência da Informação (CI). No âmbito das organizações, vários são os recursos e estratégias empregados na melhoria dos serviços, como as estratégias do marketing, amplamente desenvolvidas desde a década de 1930, utilizando ainda métodos de pesquisa sobre a necessidade do público-alvo, culminando no planejamento do plano de comunicação, de forma mais assertiva (DONNELLY, PETTER, 2013; FAUSTINO, 2019).

Assim, para estabelecer uma associação entre o perfil dos acadêmicos do EAD e as práticas comunicacionais utilizadas pelas BUs na comunicação de seus serviços, utilizando os recursos do marketing digital, foi estruturado, após a revisão de literatura, um conjunto de questionamentos para os gestores de EAD e os bibliotecários – considerando a abrangência do problema de pesquisa.

O objetivo dessa pesquisa foi **identificar como ocorre o processo de comunicação entre a biblioteca universitária e os acadêmicos do EAD**, tendo por objetivos específicos: contextualizar o desenvolvimento das BUs no atendimento às demandas de seus usuários e como se relacionam com o usuário remoto; compreender as características do perfil dos acadêmicos do EAD; identificar se os gestores de EAD envolvem a biblioteca no direcionamento do projeto de interação com o acadêmico, assim como investigar como os gestores de bibliotecas fazem uso do plano de comunicação.

Diante do apresentado, essa dissertação está estruturada em oito seções, organizadas da seguinte forma: na primeira seção, consta a contextualização do tema abordado seguido do problema de pesquisa, justificava e os objetivos geral e específico. A segunda seção aborda a respeito do contexto das BUs, desde o surgimento, passando pela modernização dos serviços até a sua atuação no EAD.

Na terceira seção, os contextos históricos, conceitual e regulamentação do EAD, bem como percepções sobre sua expansão no Brasil. A quarta seção está destinada ao detalhamento da comunicação e de seus elementos centrais, tais como conceitos e processos, canais, aplicabilidade nas bibliotecas e correlação com a CI, trazendo elementos do Marketing Digital.

A quinta seção explora acerca dos Estudos das Gerações como parte integrante do perfil dos acadêmicos dos cursos de graduação a distância, conceituando definições e termos, marcos históricos e características comunicacionais. A sexta seção apresenta os procedimentos metodológicos adotados no desenvolvimento dessa pesquisa, os participantes da pesquisa e os instrumentos utilizados.

A sétima seção segue com a apresentação dos dados coletados da etapa documental e no questionário eletrônico aplicado no estudo de caso. Por fim, consta na oitava seção as considerações finais e sugestões para estudos futuros.

2 BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA: CONCEITO, HISTÓRICO E MODERNIZAÇÃO

*“A Biblioteca é um organismo em desenvolvimento”
Shiyali Ramamrita Ranganathan*

Nesta seção, são apresentados alguns conceitos em torno de BUs no âmbito do Brasil e um breve histórico até a modernidade, identificando as características de sua expansão e atuação no EAD, bem como refletir a respeito da sua missão, serviços e produtos a fim de salientar como esse dispositivo educacional interage com o público.

2.1 CONCEITO E HISTÓRICO DAS BIBLIOTECAS NO BRASIL

De acordo com Fragoso (1996, p. 74), a origem da palavra biblioteca deriva do grego *bibliôn.*, e significa *depósito, guarda, custódia e conservação de livros*. Concebidas na Antiguidade e enraizadas no clero religioso em várias localidades do Mundo Antigo, as bibliotecas foram consideradas sagradas e reconhecidas como lugar do saber e da ciência.

Com o passar do tempo, a biblioteca transformou-se para atender às demandas da sociedade, utilizando recursos e tecnologias que permitem armazenar e disseminar informações à comunidade usuária. Passados os séculos, essa deixou de ser do clero; tornando-se essencial para o processo educacional desenvolvido em todos os países, assim passou a disseminar seus acervos (SANT’ANNA, 2015).

São várias as tipologias de bibliotecas existentes no mundo: privada, pública, escolar, temática e universitária, e todas são caracterizadas por ser um local de acesso e guarda da informação atendendo à diversidade de perfis de usuários. Conforme Araújo e Oliveira (2005, p. 37), a finalidade da biblioteca universitária “[...] é atender às necessidades de estudo, consulta e pesquisa de professores e alunos universitários.” Para os autores, a importância da biblioteca no ambiente escolar e na formação do indivíduo também é fonte dos estudos.

Muitos são os estudos a respeito dessa temática que compreendem a biblioteca como um organismo vivo a serviço da comunidade, contribuindo para o aprimoramento intelectual, humano e científico, portanto, componente fundamental no processo de desenvolvimento da sociedade.

Considerando a tipologia da BU – cuja missão está em dar subsídios às atividades de ensino, pesquisa e extensão do público universitário/comunidade acadêmica – a comunicação desta com os acadêmicos é fundamental, visto que contribui para a formação intelectual e profissional desses usuários.

Nunes e Carvalho (2016) explicam que, no Brasil, a implementação das BUs surge em atendimento às criações das Universidades e demais Instituições de Ensino Superior (IES) e são originalmente criadas no período colonial, com a chegada dos primeiros Colégios Jesuítas, consolidando-se como são na atualidade a partir do século XX, elevando o nível educacional no País:

As bibliotecas universitárias ocupam lugar de destaque na sociedade atual. Sua abrangência e o papel que desempenham em prol do desenvolvimento científico, tecnológico, cultural e social estão diretamente relacionados à função da universidade na sociedade como agente catalizador e difusor do conhecimento científico advindo das contribuições dos pesquisadores, docentes e discentes (NUNES; CARVALHO, 2016, p. 174).

Tradicionalmente as bibliotecas surgem com o fim de organizar o fluxo bibliográfico e documental, outrora em suporte físico (papel, eletromagnético). Com o surgimento da biblioteca digital em 1990, no Brasil com conteúdo analógicos dos mais variados migraram para o digital, modificando rapidamente o contexto das BUs (NUNES; CARVALHO, 2016).

De acordo com Prakasan, Swarna e Kumar (2000), as bibliotecas passaram por etapas acerca dos serviços e produtos, a saber: tradicionais, automatizadas, híbridas e digitais, na atualidade. Jesus e Cunha (2019) esclarecem que a biblioteca **tradicional** é aquela cuja coleção tem predominância física, seja em papel ou suporte similar, com o objetivo de preservar os bens culturais escritos. Para os autores, a biblioteca tradicional caracteriza-se pela predominância dos livros nas estantes e bibliotecários no balcão, pertence a um local físico e espacial, e agrega, na atualidade, elementos de modernidade, pois está em transição para o modelo digital. Tal desenvolvimento foi possível graças às mudanças ocorridas em vários campos, com destaque para o social e o tecnológico, que oportunizaram a automação e a informatização nas bibliotecas com a utilização das TICs nas rotinas e serviços. A respeito do futuro da biblioteca, Jesus e Cunha (2019, p.26) observaram que essa transição “ainda está se desenvolvendo, e políticas de construção e desenvolvimento das bibliotecas, tanto físicas quanto digitais, ainda

têm muito a evoluir.”

As bibliotecas **automatizadas** surgiram graças ao Sistemas de Automação de Bibliotecas (SAB), no qual Ribeiro e Silva (2019) esclarecem que essa ação permitiu dar agilidade e personalizar os processos diários, melhorando a qualidade dos serviços básicos, tais como: cadastro, empréstimos e controle do acervo circulante. Assim, os autores consideram que

Os SAB se apresentam como um conjunto de diversas operações realizadas para auxiliar o melhor uso dos recursos disponíveis dentro de uma biblioteca, auxiliadas pelo uso de tecnologias e, principalmente, automatizando ações anteriormente realizadas de forma manual (RIBEIRO; SILVA, 2019, p. 60).

Os autores salientaram que os *softwares* oportunizaram inúmeras melhorias no processo de organização, busca e recuperação da informação, dando uma característica de melhor acessibilidade aos acervos bibliográficos e melhor interação com o usuário.

Relativamente à **biblioteca híbrida**, Silva Filho (2018) explicou que ela surge na década de 1990, no Brasil, em associação às TIC, configurando-se como combinação de partes, junção de dois elementos para criar um elemento novo ou melhorar um existente. O autor enfatizou que muitos benefícios informacionais surgiram com as bibliotecas híbridas, como, por exemplo, a importância para a preservação e a promoção da memória das produções geradas em seu âmbito das instituições de ensino, sobretudo com a implantação de repositórios institucionais eletrônicos (SILVA FILHO, 2018). O autor, contextualizou, ainda, a importância das bibliotecas tradicionais integrarem componentes analógicos em seu rol de serviços:

A biblioteca tradicional atualmente já não possui condições de satisfazer as necessidades de seus usuários sem o uso de tecnologias da informação, assim como a biblioteca digital ainda parece uma realidade distante, no curto prazo, devido a ainda predominante publicação de materiais impressos. A coexistência de informações nos formatos impresso e eletrônico força uma necessidade de adaptação das bibliotecas nesse ínterim, buscando aproveitar e integrar o melhor dos dois formatos (SILVA FILHO, 2018, p. 27).

O perfil adaptativo das bibliotecas tradicionais e a integralização do acervo analógico ao físico, principal característica da biblioteca híbrida, permitiu que as BUs viabilizassem o acesso remoto aos acervos e conteúdos digitais.

O conceito de biblioteca híbrida é amplamente discutido na literatura; segundo Damian, Silva e Santos Neto (2021), o termo 'biblioteca híbrida' surgiu em 1996, na obra "*The roles of reference librarians, today and tomorrow*", de autoria de Sutton, enfatizando o caminho a ser percorrido pela biblioteca tradicional até o contexto digital.

Ainda sobre o conceito de biblioteca híbrida, Silva *et al.* (2017) o considerou complexo mediante a escassez de estudo no âmbito da CI, na diversidade de teorias e tecnologias, e conseqüentemente nos saberes e práticas profissionais. Silva Filho e Mangan (2019, p. 31) salientaram que o "modelo híbrido é determinado pela integração dos serviços da biblioteca e não apenas pela existência simultânea de diferentes suportes".

Como já exposto nessa pesquisa, inúmeros contextos e implicações refletem na trajetória das bibliotecas mediante o uso das tecnologias, tendo por resultado a melhoria de seus processos, serviços e produtos. Reis e Backes (2019, p. 24, 2019) descreveram como inovação a biblioteca e os livros digitais, ressaltando que ambos devem ser explorados no contexto das organizações e em todos os tipos de universidades:

A biblioteca digital e o livro digital no contexto da Educação apresentam-se como inovações das últimas décadas, inseridos no emaranhado da sociedade em redes. São recursos proporcionados e viabilizados a partir da evolução das tecnologias digitais e que se tornaram imprescindíveis no ambiente acadêmico, principalmente no ensino superior, com o avanço de disciplinas a distância (REIS; BACKES, p. 22, 2019).

A biblioteca digital, portanto, "caracteriza-se por estar disponível em qualquer hora e em qualquer lugar", permitindo o compartilhamento de recursos existentes nas bibliotecas tradicionais (REIS; BACKES, p. 24, 2019). Se antes era necessário que o usuário saísse de sua casa para encontrar, em uma biblioteca física, o livro de seu interesse, registrar o empréstimo e, depois de alguns dias, retornar à biblioteca para a devolução, agora o mesmo usuário pode realizar todo o procedimento de forma on-line, no conforto de sua casa.

Deste modo, ressalta-se que a biblioteca digital, virtual ou eletrônica surgiu para suprir as necessidades de acesso aos acervos bibliográficos das IEs na oferta de cursos a distância, e o livro eletrônico – ou o *e-book* – é a evolução do livro físico, já que agrega os mecanismos automatizados de busca, anotações e

compartilhamento, permitindo acesso simultâneo e conectividade por vários dispositivos (VIEIRA; VARVAKIS; FORESTI, 2017).

Estudos de Jesus e Cunha (2019) apresentam uma visão geral do desenvolvimento das bibliotecas. Considerando a tipologia do suporte informacional e a inserção da tecnologia no ambiente biblioteca, Jesus e Cunha (2019) concluíram que a transição ainda está em desenvolvimento, ou seja: tanto a biblioteca física quanto a digital ainda precisam melhorar.

Cunha (2000) já sinalizava que, em 2010, as BUs brasileiras estariam automatizadas e digitalizadas, sendo necessária a adequação nos seus processos e na entrega de produtos e serviços, e que inúmeras possibilidades de integração entre o acervo e o usuário final seriam potencializadas pelo uso da tecnologia e a *WWW*, posto que a EAD estava mudando significativamente o perfil da educação, e essas bibliotecas seriam profundamente modificadas (CUNHA, 2010).

Considerando as reflexões tão pertinentes de Cunha em 2000 sobre o cenário das BUs, e que a reinvenção da biblioteca é pautada por novos parâmetros de comunicação, socialização e, principalmente, acesso à informação, parte da influência do quadro evolutivo atribui-se às mudanças provocadas pelo desenvolvimento tecnológico, tornando o acesso à informação cada vez mais rápido e remoto, realizado de qualquer lugar e por qualquer pessoa. Outra parte ocorre pela evolução natural do homem e de seu comportamento adaptativo às novas necessidades de interação e de uso da tecnologia (CUNHA, 2000; JESUS; CUNHA, 2019).

2.2 SERVIÇOS NAS BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS

Existem muitos conceitos e abordagens sobre serviços tornando difícil estabelecer uma definição única para ambos os termos. Entretanto, o conceito de serviço mais apropriado no âmbito das bibliotecas é compreendido como serviços informacionais ou serviços de informação.

Souza, Costa e Paes (2014, p. 5) descrevem que os serviços informacionais correspondem às características das unidades de informação a que pertençam:

Os serviços de informações estão agregados aos diferentes procedimentos realizados nas unidades informacionais e com os objetivos da mesma. Estes estabelecem desta maneira, o convívio dos usuários com uma crescente gama de atividades realizadas pela equipe das unidades de informação. As referidas equipes intencionam atender/solucionar problemas/dúvidas apresentadas pelos consulentes. Nesse cenário, a forma como estes serviços são dispostos e disponibilizados acarreta o seu conhecimento e uso pelos usuários.

Estss características são peculiaridades nas BUs, uma vez que estão subordinadas à existências de cursos, desenvolvem-se no suprimento informacional de um público específico e se submetem às avaliações do Ministério da Educação (MEC).

O MEC é o órgão que regulamenta a oferta de ensino no Brasil em todos os níveis, e em especial no ensino superior no qual se insere as BUs. O rigor das avaliações inicia com os protocolos de abertura de cursos e o credenciamento da instituição, que são avaliadas por dimensões, com indicadores sobre o nível de qualidade da Instituição ou do curso em vários aspectos, como o pedagógico, infraestrutura, políticas, administrativo e financeiro. A biblioteca está inserida na dimensão de Infraestrutura.²

A performance da equipe técnica e da gestão das unidades de informação são consonantes no desenvolvimento dos serviços destinados aos usuários potenciais, identificando suas necessidades informacionais no intuito de incrementar novos serviços e produtos ou mesmo melhorar os existentes.

As tecnologias oportunizaram às bibliotecas criarem serviços robustos para o armazenamento, recuperação e disseminação da informação; as plataformas em rede facilitaram o acesso e se adaptaram à medida que surgiram novas demandas.

Na atualidade, as BUs estão automatizadas e utilizam vários recursos para a prestação de serviços presenciais e remotos, conforme apresenta Marcondes, Mendonça e Carvalho (2006) quando analisaram sites de 209 bibliotecas em todo o País a fim de identificar os serviços oferecidos via *web* por essas organizações. Os autores refletiram sobre as mudanças ocorridas no âmbito das bibliotecas após a inserção das tecnologias:

² A descrição dos indicadores está contida no Apêndice (G) dessa dissertação, conforme instrumentos vigentes.

As bibliotecas começam a se transformar: nota-se uma preocupação crescente em atender o usuário com o máximo de rapidez e eficiência, maior preocupação com o acesso à informação em detrimento da posse do documento, minimizando-se as limitações de tempo e espaço na busca da informação. As coleções e os serviços foram complementados com novos formatos e novas versões, tudo isso, certamente, facilitado pela utilização das novas tecnologias (MARCONDES; MENDONÇA; CARVALHO, 2006, p. 176).

Em um estudo mais recente, Sant'Anna (2015), pesquisa sobre a modernidade e o uso de tecnologias em bibliotecas, considerando que as BUs estão suscetíveis às transformações das sociedades de forma a atenderem diferentes demandas e contextos mediante acordo com os objetivos institucionais das instituições mantenedoras vinculadas, ou seja: estabelecem vínculos com seu público e suas características visando contribuir com sua formação.

A biblioteca é um ambiente vivo que interage com outros elementos para troca e compartilhamento de informação; sua função também é educativa, cultural e até recreativa, sendo uma organização que presta serviços e produtos informacionais a uma comunidade específica com perfil distinto (SANT'ANNA, 2019). Ainda de acordo com Sant'Anna (2020), as BUs precisam adaptar-se rapidamente aos novos desafios advindos das contínuas mudanças de forma a redefinirem seus papéis, priorizando suas funções e assumindo uma postura inovadora a fim de se manterem competitivas no mercado.

Considerando as normativas dos instrumentos de avaliação de cursos em vigência, as BUs estão alocadas nas mais diversas instituições e/ou organizações na categoria de infraestrutura, com missão e objetivos estabelecidos em concordância com o ramo de atuação e os objetivos institucionais. Compreendendo ainda que as IES são empresas prestadoras de serviços educacionais, os serviços a serem disponibilizados pelas BUs configuram-se como fonte de suprimento informacional de caráter bibliográfico ao desenvolvimento dos planos de ensino dos cursos, seja de graduação ou pós-graduação (BRASIL, 2017).

Essa diversidade de fatores e o próprio cenário onde se insere as BUs pressupõe que a dinâmica dos serviços não será igual em todas as bibliotecas, mesmo sendo pertencentes ao ensino superior, uma vez que cada unidade de informação terá como prioridade atender aos objetivos institucionais, que destina recursos humanos, tecnológicos e de infraestrutura.

Considerando o exposto acima, há de se compreender que uma unidade de informação existe para suprir as necessidades de seu público; logo, é de se esperar que a BU desenvolva serviços que atendam as áreas de pesquisa, ensino e extensão da comunidade a que pertença. O estudo sobre seu quadro evolutivo, com base na revisão de literatura da área da CI e correlatas, contribui para a compreensão do novo perfil da comunidade usuária que se encontra remotamente utilizando recursos das BUs no ensino a distância.

Portanto, a modernidade ou a evolução/expansão/desenvolvimento da BU é marcada pela necessidade de se adaptar às imprescindibilidades informacionais dos usuários, desenvolvendo novos serviços e produtos com base no surgimento de novos comportamentos (SILVA *et al.* 2017).

Salientando que essa reflexão – no campo específico dos cursos a distância – compromete a dinâmica da biblioteca não apenas com os recursos informacionais exigidos, mas na importância do seu papel educativo no desenvolvimento intelectual dos acadêmicos.

Desde o início da inscrição do acadêmico no programa do curso, a biblioteca já pode estreitar seu relacionamento direcionando canais de comunicação que apresentem seus serviços informacionais e outros que contribuam com a jornada acadêmica.

2.3 SERVIÇOS DIRECIONADOS AO EAD

Há uma diversidade de serviços que as bibliotecas que atendem o EAD disponibilizam aos acadêmicos. De acordo com Pereira (2016), esses serviços são solicitados de forma remota. Dentre eles, destacam-se:

- Tutoriais que orientam a utilizar recursos digitais e serviços da biblioteca;
- Auxílio à pesquisa – uma equipe de referência da biblioteca preparada para responder aos questionamentos e orientar o aluno acerca dos recursos de que precise através de e-mail, chat ou telefone;
- Orientações de como fazer os trabalhos acadêmicos – normalização bibliográfica de dissertações, teses e artigos;
- Treinamento e capacitação – habilitar os usuários na

utilização das fontes de informação em formato eletrônico, disponibilizadas à comunidade acadêmica;

- Serviço de atendimento ao pesquisador – se o aluno apresentar alguma dúvida sobre os serviços, pesquisa e recursos, enviará um e-mail ao setor responsável ou irá inserir sua questão em um link “Pergunte-nos!”, por exemplo.

O autor conclui que a tendência do crescimento do EAD impulsiona as BUs a desenvolver novos serviços para atender aos acadêmicos, e salienta:

Além de mudanças palpáveis nos processos de ensino e aprendizagem, a biblioteca e outros serviços de apoio também estão sendo desafiados por mudança. Este levantamento de questões e possibilidades irá fornecer uma análise do impacto da tecnologia da Web em EAD, bem como o seu impacto sobre o papel dos serviços de biblioteca para alunos a distância (PEREIRA, 2016, p. 7).

É importante destacar que as mudanças nos serviços oferecidos nas bibliotecas precisam estar em consonância com as necessidades dos acadêmicos; é o público-alvo quem vai determinando, por meio de exigências, sugestões e críticas o que precisam, cabendo às bibliotecas atender a essas circunstâncias de acordo, também, com seus princípios e objetivos.

Sendo uma das principais características dos acadêmicos do EAD - a autonomia - e o fato de estarem distantes do *campus*, a projeção de serviços que atendam às suas demandas é fator importante para as bibliotecas que contemplam a este tipo de usuário.

Nesse sentido, Silva e Gallotti (2019, p. 91), pontuam as boas práticas para a biblioteca atender as necessidades de informação deste perfil de acadêmico e relatam a ausência de estudos sobre este tema: “apesar da extensa literatura sobre Educação à Distância, ainda são poucos os estudos que enfatizam especificamente o papel da BU e do Bibliotecário no contexto da EAD”. Entretanto, é certo reafirmar que a missão da BU está atrelada ao apoio às atividades de pesquisa, ensino e extensão.

A contextualização da trajetória histórica e regulamentadora do EAD está apresentada no item a seguir, permitindo uma compreensão da dinâmica dessa modalidade de ensino.

3 EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: CONCEITOS, HISTÓRICO E REGULAMENTAÇÃO

“Quando alunos e professores estão conectados, surgem novas oportunidades de interação, antes simplesmente impensáveis. O que vale a pena fazer quando estamos em sala de aula e quando estamos só conectados? Como combinar, integrar, gerenciar a interação presencial e a virtual? Como ‘dar aula’ quando os alunos estão distantes geograficamente e podem estar conectados virtualmente?”

José Moran

É abordado nesse capítulo o contexto histórico do EAD, se surgimento e regulamentação no Brasil, bem como as concepções históricas e conceituais dessa modalidade ensino a fim de compreender e conhecer as características da população acadêmica do EAD inserido nas demandas atuais das BUs.

Os conceitos, fundamentos históricos e a regulamentação sobre a EAD estão ancorados na revisão da literatura de autores renomados da área da Educação tais como: Maia (2007), Bernardo (2004), Alves (2009), Dohmem (1967), Moore e Peters (1973), Moram (2013), Tori (2010), Litto e Formiga (2019), em pesquisas de entidades consolidadas no seguimento educacional, como *Associação Brasileira da Educação a Distância* (ABED), MEC e em outras fontes de informação.

3.1 CONCEITOS DO EAD

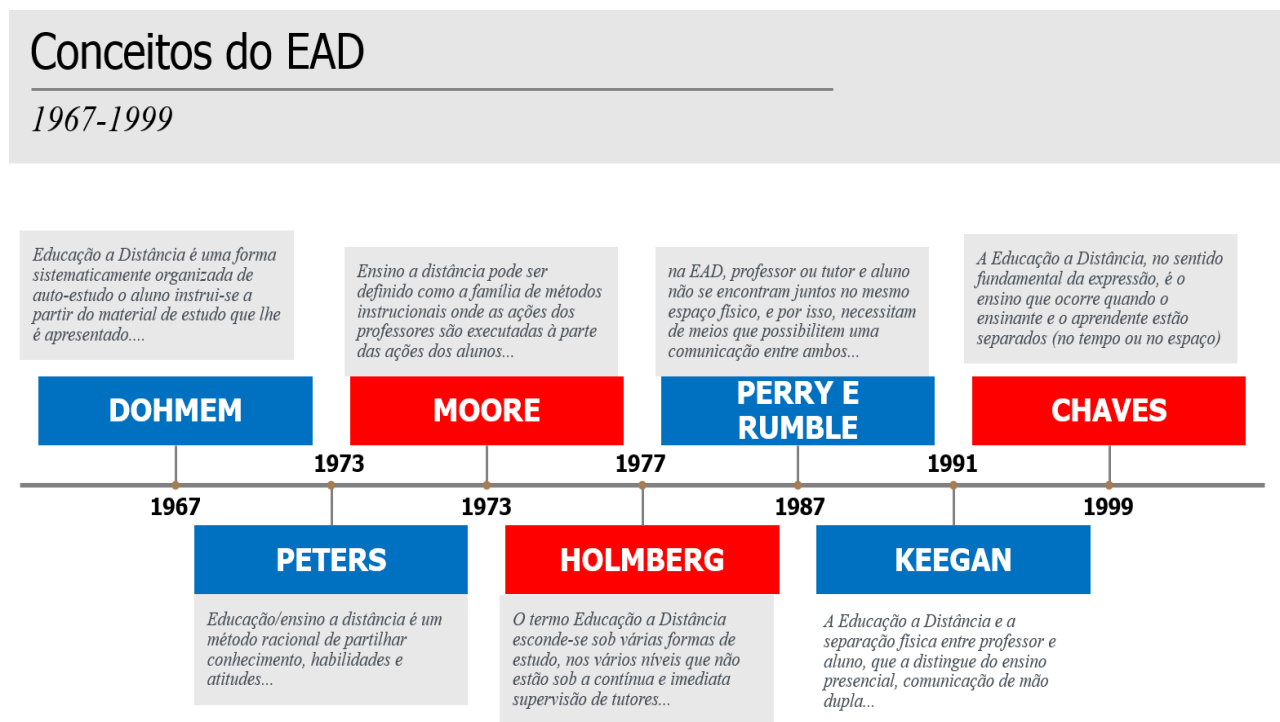
Conceituar e definir são ações complexas; no campo humanístico no qual se insere a área educacional, torna-se desafiador. O EAD presente em nossos dias recebeu diversas denominações e termos, conforme elucida Maia (2007, p.5):

Em primeiro lugar, é importante notar que a EAD acabou recebendo denominações diversas em diferentes países, como estudo ou educação por correspondência (Reino Unido); estudo em casa ou independente (Estados Unidos); estudos externos (Austrália); telensino ou a distância (França); estudo ou ensino a distância (Alemanha); educação a distância (Espanha); teleducação (Portugal) entre outros.

Sobre o conceito desse modelo de educação na literatura, há os trabalhos de Bernardo (2004) e Alves (2009), autores que construíram uma linha cronológica das definições e conceitos sobre a EAD a partir de 1967 até 1999,

conforme síntese adaptada na figura a seguir:

Figura 1 - Conceitos do EAD



Fonte: Elaborado pela autora com base nos estudos de Bernardo (2004) e Alves (2009).

Em uma releitura dos autores citados por Bernardo (2004) e Alves (2009), alguns pontos importantes elucidam sobre os fundamentos do EAD na visão de Dohmem, Peter, Moore, Holmberg e Chaves: Em 1967, Dohmem³ apresentou o termo 'autoestudo' na obra *Das Fernstudium, Ein neues pädagogisches Forschungs- und Arbeitsfeld*⁴. Em 1973, Peters⁵ mencionou os meios de comunicação como ferramentas industriais para ensinar e aprender; Moore⁶ sugeriu os métodos instrucionais onde o professor delega ações ao estudante e defendeu que o EAD é um processo pedagógico, com teorias e métodos, sendo – na atualidade – reconhecido como o percurso da educação on-line.

³ Günther Dohmen é um educador alemão e, atualmente, é diretor do German Institute of Adult Education. Disponível em: <<https://halloffame.outreach.ou.edu/inductions/hof-1999/dohmen/>> Frankfurt>.

⁴ Ensino a distância, um novo campo de pesquisa e trabalho educacional.

⁵ Otto Peters é um educador atuando na Fern Universität em Hagen, Alemanha.

⁶ Michael Grahame Moore é um educador atuante na Pennsylvania State Univerisdade. Disponível em: <https://translate.google.com/translate?hl=pt-PT&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Michael_G._Moore&prev=search&pto=aue>.

Em 1977, Holmberg⁷ elencou outros agentes do processo do EAD, como os tutores e o próprio projeto pedagógico. Para o autor, a interação professor-acadêmico está centrada em 4 pontos: motivação, empatia, autonomia do acadêmico e a comunicação.

Em 1991, Keegan⁸ refletiu, em 1986, acerca dos papéis de alunos e professores, bem como da importância da gestão dos encontros presenciais. Keegan passou a chamar o EAD de ‘aprendizagem móvel’. Em 1999, Chaves teorizou sobre o tempo e o espaço mediado por tecnologia e da autonomia no processo de aprendizagem adquirido pela humanidade. Citou que o santo São Paulo usou desse modelo para ensinar sobre o cristianismo e definiu o EAD como o processo de ensino que ocorre quando o ensinante e o aprendente estão separados. Para ele, as TIC contribuiriam para que a transmissão de dados, voz e imagens colaborassem com o processo de aprendizagem.

Após as reflexões de Bernardo (2004) e Alves (2009), a busca pelo assunto no contexto brasileiro teve seu marco após a publicação da Lei 9.394/1996, que reconhece a modalidade de ensino no Artigo 80. Quase três décadas depois, entre as inúmeras discussões acerca das vantagens e desvantagens da modalidade, destaca-se o posicionamento de Moran (2002, p.1), que define o EAD como um “processo de ensino-aprendizagem, mediado por tecnologias, onde professores e alunos estão separados espacial e/ou temporalmente”.

Em 2013, Moran, em concordância com Tori (2010), reviu o termo e propôs outra denominação: ‘educação on-line’, descaracterizando assim o peso da palavra ‘distância’, sem desconsiderar a importância do papel do educador:

O educador continua sendo importante, não como informador nem como papagaio repetidor de informações prontas, mas como mediador e organizador de processos. O professor é um pesquisador – junto com os alunos – e articulador de aprendizagens ativas, um conselheiro de pessoas diferentes, um avaliador dos resultados. O papel dele é mais nobre, menos repetitivo e mais criativo do que na escola convencional (MORAN, 2013, p.39).

As contribuições de Belloni (2005, 2006) são importantes para compreender que as demandas educacionais, impulsionadas pela globalização e a

⁷ Börje Holmberg é um educador sueco.

⁸ Desmond Keegan é um educador irlandês e autor de diversas obras sobre a EAD.

transformação industrial e postos de trabalho, exigiram integrar as TIC no processo educacional, e que a modalidade do EAD viabiliza suprir essas necessidades. Nesse sentido, no Brasil, a demanda pelo EAD, efetivamente, começa a ser atendida quando a modalidade é definida no Artigo 1º do Decreto n.5.622 de dezembro de 2005:

Art. 1º modalidade educacional na qual a mediação didático-pedagógica nos processos de ensino e aprendizagem ocorre com a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação, com estudantes e professores desenvolvendo atividades educativas em lugares ou tempos diversos (MEC, 2005).

A definição dada pelo MEC em sua página oficial é a de que essa modalidade pode ser aplicada em qualquer fase da educação, e que o uso das TIC tem a finalidade de mediar o processo de ensino e aprendizagem.

Educação a distância é a modalidade educacional na qual alunos e professores estão separados, física ou temporalmente e, por isso, faz-se necessária a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação. Essa modalidade é regulada por uma legislação específica e pode ser implantada na educação básica (educação de jovens e adultos, educação profissional técnica de nível médio) e na educação superior. (BRASIL, 2020).

Ademais, o entendimento sobre o conceito e o reconhecimento da modalidade educacional está ancorado na lei e responde a legislação específica. A compilação da regulamentação do Brasil está contida no Apêndice A dessa dissertação.

Compreender o marco histórico do EAD no Brasil é importante – no contexto da pesquisa – pois agrupa as características da regulamentação a dados estatísticos da expansão da modalidade no período de 2014 - 2019, podendo assimilar também as principais características dos acadêmicos que, por sua vez, usufruam de serviços e produtos das BUs inseridas nas instituições que ofertam EAD.

3.2 FUNDAMENTOS HISTÓRICOS DO EAD

Anterior à abordagem conceitual, é importante compreender que essa modalidade de ensino surgiu em meados do século XVII, com os cursos por correspondência, e consolidou-se no século XX após a Segunda Guerra Mundial.

A pesquisa sobre o estado da arte do EAD, editada em 2009 pela ABED, sob a organização de Frederic M. Litto e Marcos Formiga, trouxe estudos significativos quanto ao surgimento da modalidade no mundo, dando destaque à legislação, aspectos culturais e pedagógicos, enfatizando que a inovação empregada na modalidade vai além de dados quantitativos (LITTO; FORMIGA, 2009).

Conforme relata Nunes (2009), o primeiro registro ocorreu em 1728, quando Caleb Philips anunciou pelo *Gazette de Boston* aulas por correspondência. A partir da década de 1860, países como França, Inglaterra, Suécia e Austrália aderiram ao modelo para expandir a educação secundária e superior. Passando-se mais de 100 anos, na Grã-Bretanha, em 1840, Isaac Pitman ofereceu o curso de taquigrafia, também por correspondência. Novamente – segundo Nunes (2009) – em 1880, o *Skerry's College* passou a oferecer cursos preparatórios para concursos públicos via correio. Em 1884, Foulkes Lynch ofertou curso de contabilidade – *Correspondence Tuition Service* – e, em 1981, nos Estados Unidos, Thomas J. Foster organizou um curso por correspondência sobre segurança em minas.

De acordo com Nunes (2009, p. 7), o evento da Segunda Guerra Mundial contribuiu para a aceleração do EAD, visto que a necessidade de capacitação ganhou destaque, evidenciando que as TIC geraram condições para um aprendizado mais interativo, permitindo ao aluno “determinar seu ritmo, sua velocidade, seus percursos”. Compreende ainda que as bibliotecas, enquanto laboratórios de pesquisa, podem ser acessados por qualquer usuário conectado.

Magalhães (2020, p. 23) contextualiza que o perfil das gerações, inovações e tecnologias transformam o acadêmico no centro do processo no EAD:

O EAD apresenta propostas educacionais que se adequam a ambientes virtuais de forma rápida, estando adequada à era da informação e inovações tecnológicas cada vez mais eficientes e inovadoras. A intenção é que os alunos desenvolvam a autonomia, ou seja, construam a própria aprendizagem, tornando-se também autodidatas. Na EAD, o aluno é o centro do processo, sendo ele

quem determina o ritmo dos seus estudos, respeitando as regras e prazos estabelecidos.

Nesse sentido, o acadêmico deve estar no centro do processo de elaboração do plano de comunicação da biblioteca, servindo – as Bus – como suporte do desenvolvimento intelectual e de pesquisa. Precisam alinhar suas estratégias de serviços e de canais de comunicação com o projeto pedagógico institucional a fim de fortalecerem seu papel no processo educativo.

Outro aspecto importante a destacar é que a modalidade do EAD tem regulamentação própria para garantir a qualidade na formação dos profissionais e os principais aspectos da regulamentação no Brasil estão descritos na sequência.

3.3 REGULAMENTAÇÃO DO EAD NO BRASIL

No Brasil, considera-se 1900 o ano do surgimento da modalidade por meio de cursos profissionalizantes por correspondência e a oferta de programas voltados para a educação popular através das emissoras de rádio em 1923 e 1930. Nessa época, não existia o MEC, que foi fundado sob o Decreto n.º 19.402, em 14 de novembro de 1930.

Alves (2009) destacou que as contribuições da Igreja Católica na criação das escolas radiofônicas deram origem ao *Movimento Educação de Base*, que se utilizou dessa mídia para promover o acesso à educação. Ressaltou, ainda, que a modalidade, no Brasil, divide-se em “três momentos: inicial, intermediário e outro mais moderno” (ALVES, 2009, p.10).

Bianco (2009) descreveu que, entre as características da educação radiofônica, tem-se a tecnologia, linguagem intimista, sugestiva simples, objetiva, direta e agradável, de fácil compreensão e explorada de forma criativa pelos locutores/professores, sendo de baixo custo e de cobertura ampla. Em síntese, é um processo de ensino vertical e tradicional na difusão do saber, dado que a essência do ato de educar está em propagar saberes e preparar as novas gerações para os desafios de suas épocas. No Brasil, o EAD obedece aos princípios normativos do MEC sob um conjunto de atos de regulamentação e supervisão específicas.

As discussões em torno da expansão do ensino superior no Brasil foi tema de pesquisa de Dourado, Catani e Oliveira (2003). Ao contextualizar as

transformações da educação superior no País a respeito da expansão do número de vagas como principal demanda exigida pela sociedade, questões como reestruturação curricular, flexibilização, duração e incremento nas *Diretrizes Curriculares Nacionais* – DCN das habilidades e competências que o mercado de trabalho exige em cada área de formação.

É preciso salientar que, em 2001, já estava estabelecido o fomento governamental para a expansão do EAD pela Lei n. 10.172/ PNE, que foi – e ainda tem sido – criticada por diversos autores e representantes do setor. Entretanto, nesse trabalho, não será abordada a fundamentação da qualidade, e sim quantificar índices estatísticos e comportamentos dos ingressantes a fim de responder o questionamento central do estudo, como as BUs devem se comunicar com os alunos do EAD e como realizam atualmente o processo de comunicação com a comunidade remota (BRASIL, 2001).

Frederic M. Litto (2003, 2019), presidente da ABED, importante autoridade sobre o tema no Brasil, defende que a educação a distância seja praticada “com a mesma qualidade, ou até melhor ainda, do que a educação presencial”. Afirma ainda que a expansão do EAD, comprovada pelos dados apurados pelo *Censo EAD.BR*, no País, “não são triviais”.

No Brasil, o órgão competente pela regulamentação e supervisão do EAD é o MEC, que já teve uma secretaria específica na década de 1990, sendo extinta em 2011 e passando a regulação e a supervisão das IES (que oferecem cursos na modalidade a distância) para a *Secretaria de Educação Superior*. A base legal está amparada na *Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional* (LDB), de número 9.394/1996, Art. 80, que incentivou o desenvolvimento dos programas de ensino a distância:

Art. 80. O Poder Público incentivará o desenvolvimento e a veiculação de programas de ensino a distância, em todos os níveis e modalidades de ensino e de educação continuada.

§ 1º A educação a distância, organizada com abertura e regime especiais, será oferecida por instituições especificamente credenciadas pela União.

§ 2º A União regulamentará os requisitos para a realização de exames e registro de diploma relativos a cursos de educação a distância.

§ 3º As normas para produção, controle e avaliação de programas de educação a distância e a autorização para sua implementação caberão aos respectivos sistemas de ensino, podendo haver cooperação e integração entre os diferentes sistemas.

§ 4º A educação a distância gozará de tratamento diferenciado, que incluirá:

I - custos de transmissão reduzidos em canais comerciais de radiodifusão sonora e de sons e imagens, e em outros meios de comunicação que sejam explorados mediante autorização, concessão ou permissão do poder público;

II - concessão de canais com finalidades exclusivamente educativas;

III - reserva de tempo mínimo, sem ônus para o Poder Público, pelos concessionários de canais comerciais.

Contudo, apenas com a publicação em 1998 do Decreto 2.494⁹ que regulamenta o Artigo 80 da LDB, no Artigo 1, define o EAD como “uma forma de ensino que possibilita a autoaprendizagem com a mediação de recursos didáticos sistematicamente organizados, apresentados em diferentes suportes” (BRASIL, 1998). No mesmo ano, a Portaria n. 301, de 7 de abril de 1998, normatizou os procedimentos para que as IES se credenciassem para a oferta de cursos a distância, estabelecendo os critérios rigorosos quanto à criação de cursos de graduação:

Art. 1º A instituição de ensino interessada em credenciar-se para oferecer cursos de graduação e educação profissional em nível tecnológico a distância deverá apresentar solicitação ao Ministério da Educação e do Desporto, a ser protocolada no Protocolo Geral do MEC ou na DEMEC da unidade da federação respectiva.

Destaque para os direcionamentos contidos no Artigo 3, Inciso IV, que trata da exigência de se ter biblioteca atualizada e informatizada, com acervo de livros e periódicos:

[...] IV – descrição da infraestrutura, em função do projeto a ser desenvolvido: instalações físicas, destacando salas para atendimento aos alunos; laboratórios; biblioteca atualizada e informatizada, com acervo de periódicos e livros, bem como fitas de áudio e vídeos; equipamentos que serão utilizados, tais como: televisão, videocassete, audiocassete, equipamentos para vídeo e teleconferência, de informática, linhas telefônicas, inclusive linhas para acesso a redes de informação e para discagem gratuita e aparelhos de fax à disposição de tutores a alunos, dentre outros; [...]

A partir dessa regulação, o EAD começou a expandir no Brasil a partir da publicação do Decreto nº 6.303/2007,¹⁰ que prevê a criação de polos presenciais e de bibliotecas físicas para subsidiar a oferta de ensino a distância. Os

⁹ Revogado pelo Decreto 5.522, de 19 de dezembro de 2005.

¹⁰ Revogado pelo Decreto n. 9.235, de 15 de dezembro de 2017.

instrumentos de autorização e de reconhecimentos dos cursos editados a partir de 2008, mais especificamente o instrumento de 2012, permitiram às BUs aprimorarem-se no atendimento às demandas dos cursos de EAD, já que a expansão desse método de ensino tornou-se um desafio para as IES e, respectivamente, para as bibliotecas quanto à adequação, obtenção e manutenção da qualidade, gerando – conforme Mattos Filha e Cianconi (2015) – fortes impactos no que tange o atendimento dos indicadores dos instrumentos de avaliação de cursos nos processos de autorização e reconhecimento (BRASIL, 2012, 2015, 2017).

Com as exigências legais, as transformações tecnológicas e a profunda mudança nos perfis dos universitários, as bibliotecas, em atendimento à inserção do EAD nas universidades, buscaram adaptar-se ao novo cenário, surgindo novos estudos no campo da CI e da Biblioteconomia relacionados às formas de acesso, à organização e às percepções dos usuários no uso de sistemas de buscas e da informação (SANT'ANNA, 2015).¹¹

Com base no objeto de estudo dessa pesquisa – que identifica como ocorre o processo de comunicação da biblioteca com o acadêmico do EAD – apresenta-se os comportamentos dessas pessoas e a forma como utilizam os canais de comunicação e quais são suas preferências comunicativas por meio do levantamento dos perfis das gerações que ingressaram no ensino superior.

Compreender que os principais aspectos do contexto em que vivem os estudantes brasileiros e as transformações vivenciadas por eles ao longo do tempo pode contribuir na identificação do perfil atual do acadêmico do EAD. Pessoas nascidas na década de 1940 (a partir da análise de dados do *Censo da Educação Superior* de 2014 - 2019) hoje com idade superior a 80 anos, ingressaram no ensino superior.

Na atualidade, as tecnologias viabilizam a comunicação ininterrupta e permitem que as BUs possam intensificar ações por meio de planejamento de marketing para divulgar serviços e, assim, realizarem o atendimento remoto.

A comunicação se insere no contexto das unidades de informação como elemento estratégico para intensificar a sua importância na comunidade

¹¹ O quadro evolutivo da regulamentação do EAD no Brasil está contido no Apêndice A, que resume os principais pontos da legislação que impacta no desenvolvimento das bibliotecas universitárias em atendimento ao EAD.

acadêmica a fim de compreender os conceitos centrais da comunicação e do marketing digital – um dos objetivos desta pesquisa – e entender como esse processo ocorre entre a biblioteca e o acadêmico do EAD.

Os principais elementos do contexto da comunicação e sua correlação com as unidades de informação constam no item a seguir.

4 COMUNICAÇÃO

“A comunicação não é um processo linear; é circular ou cíclico. A informação passa da fonte através do receptor, voltando então para a fonte em forma alterada – completando assim um ciclo.”

James J. Thompson

Essa seção explora os conceitos, definições e fundamentos da Comunicação, sua relação com a CI e a Biblioteconomia, correlacionando estudos sobre a importância da comunicação para as BUs e quais são os canais mais utilizados.

4.1 COMUNICAÇÃO: CONCEITOS E FUNDAMENTOS

Etimologicamente, a palavra *comunicação* tem a sua origem do latim *communicatio* (ato de repartir, de distribuir), literalmente, ‘tornar comum’, de *communis* (público, geral, compartilhado por vários). Significa estabelecer relações e interação cultural, e está relacionada à palavra *notícia*, do latim, *notitia* (informação, conhecimento, ser conhecido); de *notus* (ser conhecido, famoso) e do verbo *gnoscere* (vir a saber, tomar conhecimento), derivado do prefixo indo-europeu *-gno* (saber). Na perspectiva dada por Marcondes Filho (2014, p. 175), “a comunicação não poder ser confundida com sinalização ou informação”, pois:

A comunicação realiza-se no plano da interação entre duas pessoas, nos diálogos coletivos onde esse novo tem a chance de aparecer, onde o acontecimento provoca pensamento, força-o onde a incomunicabilidade é rompida e criam-se espaços de interpretação. Mas ocorre igualmente nas formas sociais maiores de contato com objetos, especialmente com objetos culturais das produções televisivas, cinematografias, teatrais, nos espetáculos de dança, das performances, nas instalações, a possibilidade de criação de situações similares, inclusive em ambientes de relacionamento virtual. (MARCONDES FILHO, 2014).

Comunicar é um ato presente na vida cotidiana e entrelaça os relacionamentos, sendo essencial para o desenvolvimento da sociedade. Bordenave (1983, p. 19) é enfático ao afirmar que “a comunicação é uma necessidade básica da pessoa humana, do homem social.” O autor ainda destaca que a finalidade está em proporcionar relações e interações entre os indivíduos e elenca 8 funções, a

saber:

Quadro 1 - Funções da comunicação

FUNÇÕES	Instrumental	Satisfazer as necessidades materiais e/ou espirituais da pessoa
	Informativa	Apresentar nova informação
	Regulatória	Controlar o comportamento de outros
	Interacional	Relacionar-se com outras pessoas
	Expressão Pessoal	Identificar e expressar
	Heurística Ou Explicativa	Explorar o mundo dentro e fora da pessoa
	Imaginativa	Criar um mundo próprio de fantasia e beleza
Qualidade	Criar o canal do feedback	

Fonte: Autora, com base em Bordenave (1983).

As funções da comunicação pretendem dar significado aos signos, sentido e compreensão. Em relação ao processo comunicativo, Bordenave (1998) classificou em sete níveis.

Quadro 2 - Os 7 Níveis da Comunicação

NÍVEIS	1º Mecanismo	Estrutura dinâmica predeterminada tal qual a um relógio com movimentos repetidos, sincronizados
	2º Mecanismos homeostáticos	Sistema automático para a entrega de informação/mensagem
	3º Organismos Biológicos	Capacidade de compreensão da informação recebida, compreensão de mundo
	4º Botânico	Desenvolvimento em células: cada um tem função específica no processo de comunicação
	5º Zoológico	Capacidade de processar a informação e de aprender com ela
	6º Do ser humano	Capacidade de organizar, localizar a informação, aprender com ela e desenvolver novos códigos comunicacionais complexos
	7º Da organização social	As estruturas e papéis estabelecidos no processo de comunicação

Fonte: Elaborado pela autora com base na obra *Além dos meios e mensagens*, Bordenave (1998).

Para Bordenave (1998, p.18), “o processo de informação [...] é um processo universal, inerente à natureza de toda a organização [...]”. Para a área de atuação das BUs, os dois últimos níveis de comunicação tratam do processo comunicacional com a comunidade usuária, conceituando as ações para toda a cadeia de usuários, compreendidos como comunidade interna e externa.

Ainda para Bordenave (1998), o processo de comunicação ocorre pela percepção e precisa de organização. A fim de ilustrar esse processo, afirma Bordenave (1998) que são necessários dois elementos: o elemento A e o elemento

B, que, em um ato comunicacional, possuem um conjunto de repertório, significados, interpretação e realidade e, assim, alimentam o processo de comunicação entre as partes. A forma como se comunicam e apreendem desse processo pode gerar intencionalidades diversas. Por fim, ressalta que “a comunicação não é um ato isolado ou uma série de atos individuais desconexos, mas um fluxo contínuo, de muitas origens e direções, com conteúdo e formas em constante mutação.” (BORDENAVE, 1998, p. 31).

4.2 TIPOLOGIA DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO

O ato de comunicar tem vários propósitos. Em linhas gerais, a comunicação utiliza-se das linguagens verbais (oralidade e escrita), linguagens não verbais (gestos, imagens, entre outros) e linguagem mista¹². Na atualidade, novos mecanismos foram inseridos com o uso das tecnologias, permitindo o gerenciamento de grande fluxo de informações e *feedback*.

Kunsch (2014) enfatizou o poder da comunicação no mundo contemporâneo no contexto social, sobretudo em como as mudanças socioeconômicas transformam toda a sociedade, citando a alfabetização digital como um dos muitos acontecimentos que modificaram a sociedade atual.

Um estudo da *Empresa de Marketing e Negócios SC* (2018) cita 5 tipos de canais de comunicação a partir do perfil das gerações. Dentre os canais disponíveis na atualidade, o estudo destaca: telefone; televisão; rádio; jornal; revistas; redes sociais; blog corporativo; e-mail; TV corporativa e chat on-line. Considerando cada geração, recomenda-se utilizar diferentes canais de comunicação, conforme apresentado no quadro 3.

Quadro 3 - Canais de Comunicação X Gerações

Público-alvo por faixa etária	Canais de comunicação recomendados
Geração <i>Alpha</i> - até 10 anos	Celular <i>Smartphones</i> <i>WhatsApp</i> <i>Instagram</i>
Geração <i>Z</i> - até 20 anos	Radio Internet <i>Blogs influenciadores</i>

¹² Quando se utiliza das linguagens verbal e não verbal no ato comunicacional. O gênero textual charge, por exemplo, faz uso da linguagem mista, bem como cartazes informativos, tirinhas, etc.

Público-alvo por faixa etária	Canais de comunicação recomendados
Geração Y ou <i>Millenials</i> - de 21 a 35 anos	Blog corporativo Jornais e revistas Rádio e TV
Geração X - de 36 a 51 anos	Facebook E-mail Televisão, rádio, jornais e revistas Portais de notícias e <i>blogs</i>
Geração <i>Baby Boomers</i> - de 52 a 70 anos	TV Radio Jornal
Geração Silenciosa - acima de 71	TV aberta e por assinatura

Fonte: Elaborado pela autora com base na matéria Negócios SC, *5 tipos de canais de comunicação*, publicada em 23/10/2018.

Esse processo de comunicação em constante mutação requer meios e canais que podem ser compreendidos como ferramentas que viabilizam a comunicação do emissor com o receptor. Compreender quais canais são mais eficazes a cada geração¹³ no processo comunicacional pode ser a garantia de que as informações transmitidas serão apreendidas.

4.3 CORRELAÇÃO ENTRE A TEORIA DA COMUNICAÇÃO E A CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Os estudos sobre os conceitos da comunicação elencam apontamentos históricos em torno do seu surgimento, fundamentos e performance, conforme salienta Mattelart (2014). A comunicação tem características múltiplas e é objeto de estudo das ciências filosóficas, sociais e cognitivas, sendo legitimada como ciência no campo das Ciências Sociais. Para o autor, a comunicação está inserida em várias disciplinas, a saber:

Situados na encruzilhada de várias disciplinas, os processos de comunicação suscitaram o interesse de ciências tão diversas quanto a filosofia, a história, a geografia, a psicologia, a sociologia, a etnologia, a economia, as ciências políticas, a biologia, a cibernética ou as ciências cognitivas (MATEELART, 2014. p. 9).

A fim de compreender a interdisciplinaridade e a correlação dessas duas ciências, Le Coadic (2004, p. 20) emula uma analogia quando afirma que ambas alimentam-se mutuamente:

¹³ As características das Gerações serão discutidas na seção 5 desse estudo.

Traduz-se por uma colaboração entre diversas disciplinas, que leva a interações, isto é, a uma certa reciprocidade nas trocas, de modo que haja, em suma, enriquecimento mútuo. A forma mais simples de ligação é o isomorfismo, a analogia.

Logo, é possível perceber que a interdisciplinaridade enriquece ciências diversas, entre elas, as ciências da comunicação e da informação. Contribuindo para a reflexão acerca da interdisciplinaridade da comunicação com a CI, Pinheiro (1999, p.155) esclarece:

Durante vinte anos de estudos de Ciência da Informação, nossa percepção é a de que a Ciência da Informação tem seu próprio estatuto científico, como ciência social que é, portanto, interdisciplinar por natureza. Apresenta interfaces com a biblioteconomia, Ciência da Computação, Ciência Cognitiva, Sociologia da Ciência e Comunicação, entre outras áreas, e suas raízes, em princípio, vêm da bifurcação da Documentação/Bibliográfica e da Recuperação da Informação.

Nessa perspectiva interdisciplinar, é correto afirmar que a Comunicação tem aderência no contexto da CI e está vinculada aos estudos da função social, podendo impulsionar as transformações nos setores de arquivos, bibliotecas e centros de informação no campo da comunicação. Para as Bus, a comunicação é um fator de estratégia para a promoção de seu portfólio de serviços e produtos, garantindo que toda a comunidade usuária tenha acesso aos seus recursos. Contudo, estruturar processos, selecionar metodologias, desenvolver programas, utilizar ferramentas de comunicação, entre outros fatores, são ainda um desafio a ser vencido, e que serão apresentados e refletidos no subcapítulo apresentado a seguir, no qual discorre sobre a comunicação em unidades de informação dessa dissertação.

4.4 A COMUNICAÇÃO EM UNIDADES DE INFORMAÇÃO

Desde os primórdios da existência das bibliotecas, a comunicação esteve implícita em seus processos, fosse na organização física, no arranjo das estantes, na sinalização dos corredores, na etiqueta de identificação do acervo, murais, panfletos, folders, marcadores de página e tantos outros recursos gráficos. Santos *et al.* (2018) tratam a respeito do desenvolvimento da comunicação no contexto das BUs de forma a considerar a interação, fator importante para a função

primordial das bibliotecas:

Como ambiente de construção do conhecimento, as bibliotecas devem se comunicar ativamente com seus usuários. Esse é o primeiro aspecto a ser exercitado entre os próprios usuários e entre eles e os bibliotecários para que a gestão dos dispositivos da *web* social se configure. A comunicação é a base para estimular os debates a respeito dos temas atuais existentes nos materiais que integram o acervo físico, como também naqueles materiais disponíveis no ambiente virtual da biblioteca universitária. Também é por meio da comunicação que acontece a troca de experiências, a explicitação do conhecimento, enfim, a interação que produz esclarecimentos, ideias e conhecimentos (SANTOS *et al.*, 2018, p. 32).

Com o advento das tecnologias, as bibliotecas puderam migrar parte de sua comunicação para aos canais eletrônicos, como uso de telefone, fax, e-mail, internet e das mídias diversas. Na atualidade, cabe destacar Vieira, Varvakis e Foresti (2017), que afirmam que o suporte tecnológico utilizado pelo atual usuário da BU está condicionado ao uso de Dispositivos Móveis - DM:

Na pós-modernidade, emerge um novo tipo de usuário da informação: o usuário móvel. Trata-se de um usuário complexo, em movimento, hiperconectado, com ampla oportunidade de acesso à informação. Um tipo de usuário que exerce comportamentos questionáveis do ponto de vista do ensino e cognição e que realiza muitas tarefas ao mesmo tempo com seu DM. (VIEIRA; VARVAKIS; FORESTI, 2017, p. 22).

Assim sendo, as BUs devem considerar no gerenciamento de seu fluxo de informações a utilização de DM. No caso específico do EAD, todo o processo deve focar em um objeto comunicacional remoto, visto que dificilmente o aluno utilizará o ambiente físico da unidade de informação que atende seu curso, exceto, é claro, nos casos em que o acadêmico optou por um curso semipresencial.

Em reforço à compreensão da preferência de comunicação dos acadêmicos do EAD, as reflexões de Hempe e Nogueira (2016) indicam independência e autonomia acerca do perfil dos estudantes dessa modalidade, bem como interação com o sistema que mais se adequam, dando *feedback*. Logo, é possível conjecturar que os acadêmicos do sistema EAD interagem melhor com o sistema bibliotecário digital e fornecem *feedback* porque se relacionam de modo efetivo com o objeto comunicacional e/ou informacional, buscando não apenas absorver, mas também compartilhar suas experiências. Isto posto, pode-se

considerar que a comunicação se configura como um elemento importante dentro do plano de comunicação da biblioteca, direcionando ações, canais e recursos para o contato com a comunidade usuária.

Silva Filho e Mangan (2019, p. 39) enfatizam a importância da transformação no processo comunicacional entre biblioteca e o usuário, destacando a *web 2.0*

A transformação no processo comunicacional entre biblioteca e usuário, proporcionada pelo surgimento das ferramentas da Web 2.0, facilitou o processo de divulgação da biblioteca e possibilitou também o estreitamento da relação entre eles, o que permite a construção conjunta de novos produtos e serviços com base em necessidades informacionais reais.

As redes sociais são recursos imprescindíveis no processo comunicativo das instituições e das bibliotecas com os acadêmicos independente da modalidade de ensino. As redes sociais permitem uma aproximação entre os pares.

Em sintonia com os aspectos comunicacionais utilizados pelo EAD, espera-se que as bibliotecas inseridas nesse contexto apropriem-se das estruturas de comunicação e interajam com os acadêmicos. Encontrar formas de estender esses recursos ou mesmo desenvolver outros que atendam ao perfil dos acadêmicos do EAD torna-se imprescindível para que as unidades de informação possam continuar cumprindo seu papel.

Corrêa (2016) descreve que o atendimento à diversidade de perfis da comunidade usuária, representadas por todas as gerações, exige algumas estratégias que possibilitem criar espaços para ouvir a esse público, bem como conhecê-lo como meio de integrar a comunicação on-line/off-line de todos os seus recursos.

Nesse mesmo sentido, Sant'Anna (2020) afirma que as bibliotecas precisam elaborar um plano de comunicação unilateral que possibilite a construção e a disseminação de uma identidade atemporal com a comunidade usuária. Explorar os dados da base do alunado e escolher as melhores estratégias de uso das redes sociais e dos canais de comunicação disponíveis a fim de potencializar as ferramentas de comunicação digital com a comunidade usuária é uma forma de elaboração desse plano comunicacional.

Mello e Costa (2014) enfatizam que um dos papéis do bibliotecário é o seu compromisso com a comunidade usuária, intermediando o acesso aos bens

bibliográficos que estão sob sua guarda, aos usuários e ao público em geral desse espaço. Portanto, faz-se necessário conhecer os perfis e desenvolver um processo de comunicação que vá ao encontro das necessidades individuais de cada usuário em busca de informação. Os autores Mello e Costa (2014, p. 2) ainda destacam que “o bibliotecário tem como compromisso a comunicação e deve se conscientizar de seu papel de intermediário entre a informação e o usuário; sua principal tarefa é suprir as necessidades informacionais destes”.

No estudo, Mello e Costa (2014) ainda relataram que, ao observarem e analisarem a realidade de muitas bibliotecas, constataram ser – tais realidades – um canal de comunicação com a comunidade usuária. Enfatizaram, também, que, na atualidade, é importante pensar e aplicar processos contínuos de interação entre a biblioteca e seu público.

A interação entre usuário e biblioteca deve ser mútua; no entanto, algumas lacunas impedem essa interação em um ambiente presencial, tais como: problemas no processo de comunicação; imagem distorcida do papel do bibliotecário; dificuldade em propor questão de pesquisa; impactos de serviços anteriores não satisfatórios; local de atendimento não conveniente (condições físicas); falta de empatia e polidez de ambas as partes; implicações culturais, sociais, econômicas, e educacionais; falta de avaliação para inferir a satisfação dos usuários que utilizam a biblioteca (MELLO; COSTA, 2014).

Considerando alguns desses elementos, Santos e Duarte (2018) elucidam que o desenvolvimento do processo de comunicação para a comunidade usuária que utiliza de canais remotos para diversos fins exige das bibliotecas manter um contato acessível, prático e sempre disponível com o usuário. Sugerem ainda que é interessante que essas bibliotecas procurem identificar as preferências de canais de comunicação e dispositivos desses usuários a fim de que a interação entre eles seja otimizada.

Silva e Nogueira (2016) apresentam o modelo de comunicação do *Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Goiás (Sibi/UFG)*, considerando a comunicação como um fenômeno complexo, multidimensional e plural, que ocorre de maneira formal e informal, com ou sem a anuência da organização. Ressaltam também que a comunicação é um processo inerente às pessoas e, conseqüentemente, as organizações classificam em dois grupos as ferramentas utilizadas pelo Setor de Comunicação do Sibi/UFG, sendo mídias tradicionais, que

abrangem boletins informativos, panfletos, cartazes, e folders, e mídias recentes, como *websites*, *intranet*, rede social e e-mail.

Dentre as inúmeras estratégias na elaboração de serviços que atendam a comunidade usuária remota, as bibliotecas devem considerar alguns elementos fundamentais, tais como: a tipologias dos DM; problemas de compatibilidade de navegação; suporte e políticas institucionais.

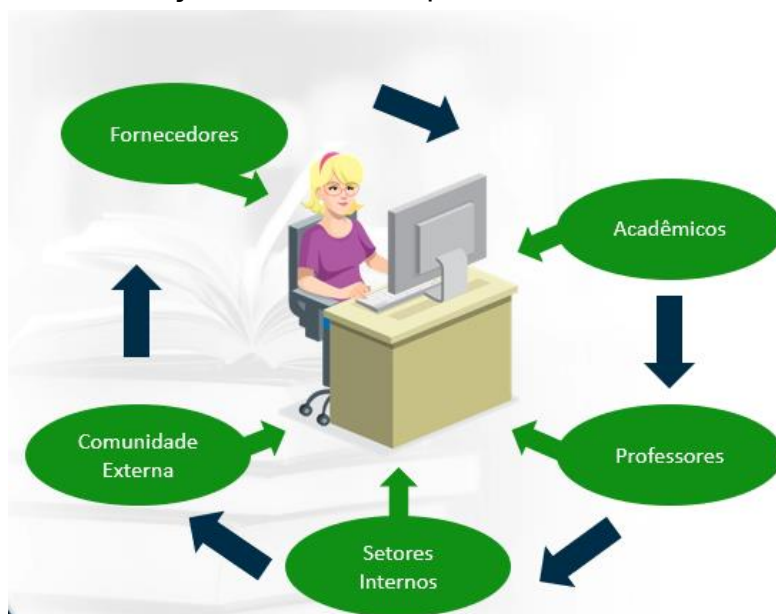
É importante pensar na seleção de recursos para criar estratégias que contribuam para o desenvolvimento de serviços a fim de satisfazer o público usuário sem perder de vista que esse público é classificado como ‘usuário móvel’, já que possuem características singulares de complexidade, em constante movimento, hiperconectado, com ampla oportunidade de acesso à informação e que realizam tarefas simultâneas (VIEIRA; VARVAKIS; FORESTI, 2017).

Nesse contexto, ressalta-se que, na atualidade, a comunicação da BU com os acadêmicos, de forma geral, pode utilizar vários canais de interação. Contudo, os dirigentes na gestão do plano de comunicação precisam intensificar ações de comunicação direcionadas ao perfil do público.

Para Silva e Nogueira (2016, p. 94), “a biblioteca universitária é uma organização dentro de outra organização, em uma relação contínua e permanente, onde cada uma tem sua complexidade, necessidades próprias e complementares”. Isto posto, a comunicação da biblioteca deve estar pautada nos objetivos institucionais, nas características das áreas acadêmicas atendidas e principalmente no perfil comunicativo dos acadêmicos, professores e fornecedores, conforme ilustra a figura a seguir¹⁴.

¹⁴ A sequência da Figura 2 foi pensada pela autora dessa dissertação e confeccionada pelo ilustrador Max Francioli.

Figura 2 - Comunicação da BU com o público-alvo



Fonte: elaboração da autora, 2021.

O processo comunicativo na BU deve abranger a Instituição, os setores e os funcionários, a comunidade acadêmica - formada pelos discentes e docentes - assim como a comunidade externa, fornecedores e outras instituições.

A BU organiza seus recursos em atendimento às demandas acadêmicas, ou seja, o acervo é desenvolvido por áreas conhecimento e os serviços e produtos se desenvolvem para atender as necessidades informacionais da comunidade usuária e todos os *stakeholders* como um todo.

Esse processo é cíclico e está em constante transformação, exigindo análise de perfis e ações de interação com o público para suprir suas demandas informacionais.

O bibliotecário organiza as informações e as disponibiliza por canais de comunicação variados, dependendo dos recursos tecnológicos existentes e pelo nível de conhecimento que os interessados têm sobre as demandas de informação de cada área acadêmica.

A abordagem metodológica do EAD utiliza a comunicação assíncronas e síncronas, que proporcionam aos professores e estudantes maior interação. De acordo com Alves (2011), a comunicação assíncrona visa dar respostas e esclarecimentos, demanda certo tempo e utiliza as seguintes ferramentas: correspondência por correios, e-mail, fóruns com moderador, pessoalmente com agenda.

A comunicação síncrona permite o diálogo em tempo real e utiliza das ferramentas: videoconferência, chat, telefone (*call center*). O direcionamento das políticas de comunicação no âmbito institucional e da biblioteca precisam estar alinhados para que os acadêmicos do EAD possam usufruir dos mesmos serviços e produtos que os acadêmicos dos cursos da modalidade presencial.

A fim de compreender a BU como uma unidade móvel e um dispositivo de interação que subsidia a informação aos acadêmicos, é preciso pensar em estratégias e planos de comunicação que sejam viáveis ao público-alvo, já que o objetivo é contribuir no desenvolvimento da comunicação em grande escala, visto o exponencial número de acadêmicos no EAD (BRASIL, 2018; FORESTI; VIEIRA; VARVAKIS; 2017). Nesse processo, o marketing digital e suas diferentes abordagens podem dar suporte às bibliotecas no que tange o desenvolvimento de processos de comunicação com os usuários remotos, e mais especificamente, com os alunos do EAD.

4.5 MARKETING DIGITAL

A perspectiva histórica do marketing está associada à função mercadológica presente desde a antiguidade e fortemente desenvolvida a partir do século XIX. As primeiras atividades desenvolvidas são chamadas de ações de marketing e começaram a criar forma no comércio no intuito de criar métodos para a lucratividade e fortalecimento econômico, iniciando assim as abordagens sobre consumidores, produtos e serviços.

O termo marketing surge no século XX, nos Estados Unidos, sendo fundada *American Marketing Association* (AMA), em 1930. Surgem, então, os primeiros cursos universitários de marketing com enfoque em vendas e pesquisa de mercado. A teoria do Marketing foi criada em 1960, por Neil Borden, e difundida por Philip Kotler, considerado o pai do marketing moderno (AYROSA; BARROS; SAUERBOM, 2015; PINHO, 2001).

Dentro dos aspectos históricos do marketing, cabe destacar que essa teoria também passou por vários conceitos e evoluiu para atender as novas demandas da sociedade (aqui entendida como cliente) com foco no desenvolvimento de produtos e serviços e ganhando aceitação após a Segunda Guerra Mundial, principalmente, nos Estados Unidos (KARTAJAYA; KOTLER;

SETIAWAN, 2010).

O marketing tem por objetivo satisfazer as expectativas dos clientes diretos, bem como gerar identidade e criar posicionamento, competitividade e fidelidade. O relacionamento com o cliente também é foco das ferramentas do marketing para conservar, preservar e reter o público-alvo.

Para Ayrosa, Barros e Sauerbom (2015), as funções clássicas do marketing é dar orientação e segmento às organizações mediante análise de macro e microambiente; consideração do comportamento do cliente a fim de direcionar ações e estratégias; conceito amplo nas abordagens conforme as expectativas do público-alvo e aplicação das abordagens em organizações com ou sem fins lucrativos ou mesmo por personalidades artísticas, pessoas públicas e políticas, como esclarecem Crocco *et al.* (2013). Afirmam ainda que, em todos os casos, o eixo central está em conhecer o público a que se destina e qual a informação a ser transmitida.

Peter e Donnelly (2013) consideram que a finalidade do conceito de marketing está em fixar a gestão organizacional na atenção às necessidades dos consumidores, dando sentido e orientação à melhoria dos produtos e dos serviços, sendo eficiente no atendimento às expectativas dos clientes.

O marketing, na atualidade, já possui identidade e definição. A AMA define como “a atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que possuem valor para consumidores, clientes, parceiros e a sociedade em geral” (AMA, 2008). Portanto, conforme Crocco *et al.* (2013), o marketing se dispõe a entregar o valor ao cliente por meio de serviços e produtos.

A relação social do marketing é o eixo norteador da abordagem. Segundo Kotler (2000), “marketing é um processo social por meio do qual pessoas e grupos obtêm aquilo de que necessitam”. Logo, é dinâmico e intenso no processo de troca entre organizações e clientes. Algumas das abordagens tipológicas do marketing são diretas e, outras, indiretas, voltadas para serviços, produtos, vendas, clientes, gestão estratégica e comunicação, como o marketing digital, que é a aplicação de estratégias de comunicação para a divulgação de serviços e produtos por meio de canais digitais, como *websites* e redes sociais (FAUSTINO, 2019).

Segundo Faustino (2019), marketing digital utiliza da evolução tecnológica, prioriza a comunicação por meio dos DM, vale-se de premissas do marketing tradicional e aprimora a interrelação com o público, desenhando serviços

para um determinado perfil. As métricas são percebidas em tempo real, o custo é menor e a interação com o público permite avaliar os aspectos positivos e negativos.

As estratégias do marketing digital pertencem à administração e contribuem com a biblioteca para identificar o perfil e as necessidades da comunidade usuária, sendo um processo planejado e centralizado nas percepções humanas. O marketing digital utiliza as TIC e outras ferramentas de gestão, tais como *Google Analytics*, *blogs*, criação de sites com as ferramentas do *Gmail*, do *Google*, entre outras, que podem ser adaptadas pelos gestores de bibliotecas, visando ter mais eficiência no processo de comunicação com os usuários.

Nessa mesma linha, Vaz (2017) criou, em 2008, a metodologia chamada os *8Ps* do marketing digital, baseando-se não nas teorias de Philip Kotler, que criou o *Mix de Marketing* com *4Ps* (produto, preço, praça e promoção) no início da década de 1990, mas no processo iniciado e encerrado no consumidor, de modo circular – ou seja, não se finaliza – servindo para manter constante atualização do perfil do consumidor/cliente/usuário e adequar os serviços e produtos (VAZ, 2017).

Figura 3 - Os 8Ps do Marketing Digital



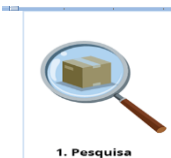



Fonte: elaborada pela autora (2021), com base na obra *8Ps*, de Conrado Adolpho Vaz (2017).




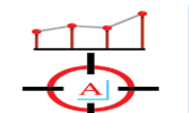
Essa abordagem surgiu a partir das modificações exigidas pela sociedade digital e pela mudança de hábitos dos consumidores na era da informação. Segundo Vaz (2017), o comportamento de consumo passa a se caracterizar de forma global e em rede, exigindo das empresas e das organizações que ofertam serviços a se posicionarem e a tecerem estratégias para acompanhar

as demandas de um público em constante transformação.

A área educacional e as bibliotecas, de modo geral, denotam-se pela oferta de serviços e estão em constante relacionamento com os consumidores de forma atrelada às mudanças comunicacionais advindas do público-alvo. Dessa forma, buscando nas abordagens do marketing digital, cada componente se apoia na atividade do consumidor em um processo contínuo, cíclico e que visa ter amplo conhecimento do perfil do seu consumidor/cliente/usuário (VAZ, 2017). A descrição de cada passo da metodologia dos 8Ps e sua aplicação, está descrita no quadro a seguir.

Quadro 4 – Os 8Ps do Marketing Digital

8Ps	Descrição
 <p>1. Pesquisa</p>	<p>Considerando que “a comunicação começa no interlocutor”, pesquisar o comportamento do consumidor no mundo on-line, conhecer seus hábitos e identificar suas preferências é fundamental. Com a pesquisa, tem-se uma gama importante de informações para iniciar um banco de dados abrangente com as definições claras do perfil do consumidor do produto ou serviço.</p>
 <p>2. Planejamento</p>	<p>Comunicar utilizando a internet exige dinâmica e compreensão de muitos requisitos. O planejamento ajuda na construção de métricas e das abordagens eficazes de comunicação a serem utilizadas, considerando o público-alvo, já delineado na primeira etapa. O marketing digital exige muito planejamento: é preciso definir o que será publicado, para quem e quando será enviado, em quais redes e em que dias e horários, tudo isso antes de iniciar uma campanha.</p>
 <p>3. Produção</p>	<p>Produção faz referência ao objeto tangível extraído das etapas anteriores. Pesquisa e planejamento permitem saber as principais características do público-alvo e o desenho de suas percepções e preferências. Com o planejamento, obtém-se o extrato do que se pode oferecer e a produção personalizará a marca, o logotipo, criar uma identidade visual e conceitual que leve o consumidor a reconhecer o ambiente digital com o produto ou o serviço em questão. Independentemente da ferramenta utilizada, tais como blogs ou redes sociais, o conteúdo deve apresentar o mesmo trato de produção sempre relacionado com o público-alvo.</p>
 <p>4. Publicação</p>	<p>Publicar está diretamente relacionado à área de atuação e exige estratégias bem definidas de comunicação. Estruturar um site ou um portal com o fim de utilizá-los não apenas pelo seu público-alvo, mas também para ser um fator de atratividade, é uma opção.</p>

8Ps	Descrição
 <p>5. Promoção</p>	<p>Promover ou investir em mídias para divulgação é uma estratégia que pode dar bons resultados. Intrinsecamente, a promoção tem a intenção de fidelizar o cliente a fim de que ele divulgue sua marca. Em um ambiente digital, a estratégia está em busca dos conteúdos publicados a partir do interesse do cliente potencial por meios de anúncios.</p>
 <p>6. Propagação</p>	<p>A propagação nas redes sociais possibilita várias formas de divulgação dos conteúdos selecionados na etapa de publicação. Contudo, precisa apresentar-se como a mais adequada para o produto ou serviço.</p>
 <p>7. Personalização</p>	<p>Personalizar refere-se ao reconhecimento. É a forma de comunicação mais importante no meio digital e a forma de identificar o relacionamento construído com o público.</p>
 <p>8. Precisão</p>	<p>Precisão é a última das fases da metodologia e traz vantagens do marketing digital. Após a realização das etapas anteriores, o processo de comunicação será realimentado, uma vez que os consumidores, por meio de várias ações, irão se manifestar.</p>

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Conrado Adolpho Vaz (2017).

As orientações dadas por Vaz (2017) padronizam os processos comunicativos, desde a concepção até os *feedbacks*, sobretudo aqueles que elucidam a eficácia da comunicação. Ressalta, no entanto, que esse não é um processo fechado, e sim cíclico, necessitando ser revisitado periodicamente, assim como as demais rotinas da unidade de informação, já que é um organismo em constante crescimento. Adaptados à elaboração do plano de comunicação da biblioteca, melhoraria os processos de comunicação utilizados na atualidade, mas poucos são os estudos sobre essa aplicação.

Para Lima Cardoso, Salvador e Simoniades (2015), todo planejamento do marketing exigirá responder com precisão a 3 (três) perguntas: Quem é o público-alvo? Como será alcançado? Quais informações esse público quer? Destacam ainda que o marketing digital é uma metodologia que auxilia as organizações a compreenderem a importância de seu posicionamento diante dos canais digitais, exigindo o cumprimento de 4 (quatro) etapas: 1) Planejamento Estratégico; 2) Seleção de Canais; 3) Montagem do Plano de Diagrama de Soluções Digitais (DSD) e 4) Desdobramentos de Metas e Métricas. Explanam, ainda, que o planejamento estratégico propiciará na seleção das ações cujo intuito é atingir os

objetivos. As escolhas de canais serão definidas conforme o público-alvo, e a montagem do plano de DSD auxiliará na interação entre a organização e os consumidores, e o desdobramento de metas e de métricas será aplicado a fim de compreender se as escolhas anteriores foram exitosas.

Nessa perspectiva, compreende-se que a comunicação deve ser integrada em um mix comunicacional, contemplando a comunicação institucional, mercadológica, interna e administrativa. A comunicação digital faz-se exclusivamente em um ambiente tecnológico por meio de ferramentas colaborativas que permitam interagir com os sujeitos (no caso dessa pesquisa): instituição, biblioteca universitária e acadêmico do EAD. Após compreender a importância do planejamento, escolhe-se os canais de comunicação para a promoção e a divulgação dos recursos. É preciso salientar que os processos de comunicação evoluíram, migraram do telefone para o e-mail e, agora, para as redes sociais (TERRA, 2011).

Neves (2018, p. 2019) salienta - em um estudo sobre a aplicação do marketing digital em bibliotecas - a importância da inserção das mídias digitais:

O marketing digital para unidades de informação é compreendido como uma importante estratégia para que instituições como as bibliotecas possam potencializar a atração de usuários integrantes, a divulgação de forma exponencial, de seus produtos e serviços de informação e como recurso capaz de proporcionar ao bibliotecário as estratégias necessárias para desenvolver a presença digital nas mídias sociais.

Uma das formas da BU conduzir a comunicação digital é a utilização das ferramentas ou canais de comunicação aplicados à *web*, redes sociais e aos DM. Essa comunicação pode ser mediada pela BU por meio de *sites* e *blogs* para a divulgação e compartilhamento de conteúdo, ou mesmo informações sobre seus serviços, produtos, notícias, agendas. Esses canais de comunicação digitais podem ser: plataformas de mídias sociais ou redes sociais, como o *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, *Tumblr*, *Twitter*, *Twitch*, *LinkedIn*, *Pinterest*, *TikTok* ou os canais de direcionamento, com o objetivo de dar visibilidade, como o *Google*, *Bing*, *Yahoo*, *Blog*, revistas, jornais, programas de rádio, programas de entrevistas, conferências e *blogs*. Os canais compreendidos como diretos têm por objetivo estreitar o relacionamento e gerarem mais interação. Os canais mais conhecidos são SMS marketing, e-mail personalizado, chat (ao vivo), *chatbots*, *WhatsApp*, *Telegram*,

Facebook Messenger.

Com base no entendimento sobre a evolução da comunicação e considerando que as BUs atendem a um variado perfil de acadêmicos, o capítulo seguinte aborda sobre o estudo das gerações para elucidar os comportamentos comunicacionais do universitário no Brasil.

5 ESTUDO DAS GERAÇÕES: CONCEITOS, DEFINIÇÕES E CARACTERÍSTICAS

“Sem dúvida, você já se deparou com muitas descrições das várias gerações – Baby Boomers, Echo Boomers, Geração X, Geração Y, Geração Silenciosa, Geração Eu – esses termos aparecem em todos os lugares na mídia, e todos temos alguma ideia do que significam.”
Valerie M. Grubb

Será apresentado nesse capítulo as características das gerações a partir da década de 1940, elencando os estudos, marcos históricos, conceitos, definições e as preferências dos canais de comunicação de cada geração. Esse capítulo é importante para esse estudo, porque elucida o perfil comunicativo das gerações inseridas no ensino superior que, conseqüentemente, são atendidas nas unidades de informação.

5.1 CONCEITOS E DEFINIÇÕES DAS GERAÇÕES

Conceituar ou definir uma geração tem sido matéria de estudos de muitos pesquisadores em vários campos da ciência. Para a CI e para as BUs, torna-se cada vez mais importante compreender as características dos acadêmicos. A *Teoria das Gerações* foi objeto de estudo Karl Mannheim em 1923, quando publicou o livro *The Problem of Generations*,¹⁵ no qual esclarece que o meio social e a influência interna e externa determinam o comportamento de toda uma geração.

Grubb (2018) define o conceito de geração em aglomerar todas as pessoas em grupos etários ou em grupos identificáveis. Todavia, há um consenso na pesquisa científica de que focar apenas na data de nascimento não expressa todas as características de uma geração. Grubb (2018) também destaca a divisão de período do *Harvard Joint Center For Housing Studies*, com intervalos de 20 anos – pós-Segunda Guerra Mundial – e as observações de *O Pew Reserch Center*¹⁶ acerca do intervalo de 15 a 20 anos para classificar as gerações dentro dos fatores críticos de efeito (ciclo de vida, período e corte).

O conceito de geração é encontrado nas Ciências Sociais como um

¹⁵ O problema das gerações – Tradução nossa.

¹⁶ Um centro de fatos não partidário que informa o público sobre problemas, atitudes e tendências que moldam o mundo.

grupo de pessoas que vivenciam as mesmas experiências em um determinado período (COSTA; SANTOS; ZOMER, 2018). Nesse sentido, pode-se inferir que os estudos sobre as gerações buscam padrões de comportamento e de interesses, já que uma geração deixa um legado para a próxima em um ciclo de mudanças e transformações constantes de comportamentos, crenças e propósitos.

Assim, o conceito de geração¹⁷ esteve atrelado à idade biológica, com divisão temporal linear e sucessiva, mensurando o tempo e vários contextos da vida dos indivíduos, sendo classificado genealogicamente e considerando os comportamentos, costumes sociais e formas de convivência, definido como uma 'lógica social' (MCCRINDLE, 2011).

Grubb (2018) apresenta as principais influências e atributos sistematizando traços, características e as preferências comunicacionais e tecnológicas das gerações *Baby Boomer*, *Geração X*, *Millennials* e *Geração Z*.

Quadro 5 - Influências e atributos geracionais

	Baby Boomers	Geração X	Millennials	Geração Z
Período de nascimento	1946-1964	1965-1980	1981-1997	1998-presente
População	78 milhões	66 milhões	83 milhões	80 milhões (em crescimento)
Eventos e tendências influentes (efeitos, período e efeitos coorte)	Guerra Fria, Difusão do Comunismo, Guerra do Vietnã, Revolução sexual, Movimentos dos direitos civis, Assassinatos de políticos e de líderes culturais	Crises de energia, Escândalos políticos, Downsizing de empresas, AIDS, Desastres ambientais, Declínio da supremacia mundial dos Estados Unidos, Internet e e-mail, Desastres da nave espacial Challenger	Ataques de 11 de setembro, Tiroteios escolares, Agendas cheias, Resguardados e protegidos pelos pais, Mídias sociais	Tiroteios escolares, Terrorismo mundial (notadamente AL-Qaeda e ISIS), Aumento da diversidade social (p.ex. etnia, religião, estrutura familiar)
Traços e características gerais	Orientação pela equipe, Otimistas,	Autoconfiantes, Céticos, Informais	Orientação por feedback, Orientação pela	Orientação global, Extremamente

¹⁷ O termo geração deriva do latim *generatio*, e pode ser usado como referência para separar as idades da população.

	Baby Boomers	Geração X	Millennials	Geração Z
	Formais		comunidade, Realistas	influentes em tecnologia, pragmáticos, Progressistas sociais
Comunicação tecnologia	Telefone, fax, e-mail, introdução à internet e aos computadores pessoais como adultos	E-mail, mensagens de texto, introdução à internet e aos computadores pessoais quando crianças ou jovens adultos	E-mail, mensagens de texto, Nativos digitais, cresceram com a internet e os computadores pessoais	Mensagens de texto, mídias sociais, “Geração internet no bolso”, Nascidos no mundo da internet, cresceram com dispositivos móveis

Fonte: adaptado de Grubb, (2018, p. 42).

Quanto às descrições apresentadas, entende-se que as principais características de uma geração são elencadas considerando a forma como vivem e os recursos que utilizam para comunicarem-se e desenvolverem-se em sociedade. Diferentemente Moisés (2004) elucida que cada século pode compreender 3 (três) gerações, sendo classificadas, no Mundo Ocidental, e nos últimos 50 (cinquenta) anos, da seguinte forma: *Baby Boomers*, *Geração X*, *Y*, *Z* e *Alpha*. Corsten (2010) esclarece que o termo ‘geração’ traz vários significados, mas, o ‘coorte’ representa apenas uma das variáveis que caracterizam o perfil de geração: os fenômenos políticos, culturais, econômicos e tecnológicos desenvolvem a experiência.

Segundo Kuschnir (2012) o termo “coorte” vem do latim *cohorte*, que significa "parte de uma legião de soldados do antigo Império Romano". São estudos longitudinais, com grupo de pessoas que serão classificadas em subgrupos segundo a exposição ou não a um ou mais fatores.

Com base nesse recorte de tempo, e nas características dos ingressantes do ensino superior no Brasil, nas seções seguintes, são apresentados os principais fatos e acontecimentos vivenciados por cada geração.

5.2 CONTEXTO HISTÓRICO X GERAÇÃO

De acordo com pesquisa da *Revista Exame* (2017) sobre o histórico das gerações, o comportamento de consumo é influenciado pelos acontecimentos locais e globais no campo da política, ciência e social, moldando uma geração a ponto de influenciar suas ações de consumo, visualizando a educação como a um bem de consumo, ora fornecida pelo Estado, ora por instituições privadas que seguem regulamentação específica (KOJIKOVSKI, 2017).

A pesquisa da revista *Exame* (2017) propunha que a *Geração Y*, também conhecidos como *Millennials*, com indivíduos nascidos entre 1980 a 1994, encontraram um cenário de estabilidade econômica e globalização, momento em que surge a internet, principal agente transformador da vida de todas as gerações existentes até aquele momento.

A *Geração Z*, conhecidos também como os nativos digitais, são pessoas que valorizam a socialização por meios de redes, com características ideológicas e ponderadas, visando a singularidade e a ética como fatores de consumo (KOJIKOVSKI, 2017). O histórico presente na figura abaixo mostra como as gerações se desenvolveram ao longo de décadas.

Figura 4 - Estudo das Gerações

O HISTÓRICO DAS GERAÇÕES

O contexto histórico da criação de cada geração influencia seu comportamento e sua forma de consumir

BABY BOOMERS (de 1940 a 1959)	GERAÇÃO X (de 1960 a 1979)	GERAÇÃO Y OU MILLENNIALS (de 1980 a 1994)	GERAÇÃO Z (de 1995 a 2010)
Contexto Pós-guerra. No Brasil, ditadura e repressão	Contexto Transição política, hegemonia do capitalismo e meritocracia	Contexto Globalização, estabilidade econômica e surgimento da internet	Contexto Mobilidade e múltiplas realidades, redes sociais, nativos digitais
Comportamento Idealistas, revolucionários e coletivos	Comportamento Materialistas, competitivos, e individualistas	Comportamento Abstratos, questionadores e globais	Comportamento Identidade fluida, realistas e ativistas ponderados
Consumo Ideológico, vinil, cinema e música	Consumo Consumo do status, marcas, carros e artigos de luxo	Consumo Preferem experiências, festivais, viagens	Consumo Consumo da verdade, singularidade, acesso e ética

Fonte: Revista Exame (2017).

São considerados pertencentes à Geração Z os nascidos entre 1995

a 2010 cujas aptidões os define como nativos digitais, inseridos em um contexto tecnológico, de redes sociais e conectados de forma global. São pessoas que buscam acesso às informações de forma autônoma.

Partindo dessas descrições, e com base no exposto, os itens a seguir evidenciam as características de cada uma das gerações, considerando os nascidos após a década de 1940, onde se encontra também a *Geração Alpha*, uma geração totalmente digital.

5.3 GERAÇÃO BABY BOOMERS (NASCIDOS ENTRE 1940 -1960)

A expressão *Baby Boomers* (explosão de bebês) surgiu nos Estados Unidos após a Segunda Guerra Mundial, considerando os nascidos entre 1940-1960 cujas características são: confiança em si mesmos; não sentem a necessidade de *feedback*; gostam de ser reconhecidos e colocam o trabalho em primeiro lugar (ASHRAF, 2018). Essa geração vivenciou os acontecimentos pré-globalização e contribuiu para o surgimento de movimentos sociais que marcaram o mundo com mudanças significativas (*hippie*, direitos civis e humanos, feminismo, literários e políticos, etc.). Em contrapartida, foram considerados transgressores da ordem e contestadores do sistema de poder (FAVA, 2014).

Para Kotler, Armstrong (2007), essa geração é considerada uma geração com propósito, responsabilidade e empreendedorismo, já que alavancou bons índices financeiros, pois são pessoas que não apenas se caracterizam pelo lado produtivo, como também são entusiastas e gostam de aproveitar suas conquistas, além de almejam um mundo de excelência. Sendo altamente organizados, qualquer serviço ou produto que venham a adquirir será após avaliar e questionar.

No Brasil, a geração *Baby Boomers* enfrentou o marco político da Ditadura Militar cuja repressão dos canais de comunicação ocorreu a partir de 1964. Essa geração buscou garantir a liberdade de expressão e fortalecer a participação do povo nas decisões governamentais, evidenciando o forte perfil de idealistas, revolucionários: eram coletivos, cheios de ideologias e precursores de novas expressões artísticas.

5.4 GERAÇÃO X (NASCIDOS ENTRE 1960 -1979)

O termo *Geração X* foi cunhada pelo fotógrafo inglês Robert Capa, em 1950, em um projeto sobre jovens que cresceram após a Segunda Guerra Mundial. Também é atribuído aos pesquisadores britânicos Charles e Jane Deverson Hamblett, que realizaram entrevistas com adolescentes para editar o livro *Geração X*, em 1964, e pelos estudos de Douglas Copeland, em 1991, quando lançou a obra *Generation X: Tales for an Accelerated Culture*,¹⁸ um romance popular nos Estados Unidos que fortaleceu do termo *Geração X*. Essa geração representa os nascidos entre as décadas de 1960 e 1970, limitando-se ao ano de 1982 cujo cenário de pós-guerra deu lugar às expressões culturais e aos grandes movimentos musicais em vários lugares, como New York e Londres (LEVICKAITÉ, 2010; ARMSTRONG; KOTLER, 2007).

Essa geração vivenciou o avanço da tecnologia, que se desenvolvia mundialmente; a viagem do homem à Lua; a assinatura de paz de Israel; a *Organização para a Libertação da Palestina* (OLP); as transformações políticas e econômicas, bem como a instauração do modelo capitalista, que, em linhas gerais, de comportamento consumista, tornou o ser humano mais competitivo, materialista e individualista. É nessa época que surge o forte apelo das marcas (BERNARDY *et al.*, 2017).

As características de consumo da *Geração X* estão mais relacionadas à preservação do meio ambiente e à busca por melhor qualidade de vida; são idealistas e progridem com responsabilidade. Dentre os valores, a família está em primeiro lugar, seguida da carreira profissional. Sendo pessoas autênticas e até mesmo céticas, não se convencem facilmente e só consomem o que realmente precisam. Mudanças ocorrem nas ações de marketing para conquistar o perfil do consumidor, sendo uma abordagem extremamente direcionada, com marca, produto ou serviço de alto impacto e responsável ambiental e socialmente para atingir a esse público (ARMSTRONG; KOTLER, 2007).

Considerando o período de 1970 a 1990, no Brasil, a *Geração X* enfrentou o marco da Ditadura Militar; absorveu o desenvolvimento industrial automatizado de modo a intensificar as ações para a criação do *Partido dos*

¹⁸ Geração X: Contos para uma cultura acelerada, tradução nossa.

Trabalhadores; vivenciou as ações do movimento estudantil e a conquista da Reforma Universitária de 1968 – intensificando a oferta dos cursos de pós-graduação nas universidades públicas em várias regiões do País (FAVERO, 2006).

5.5 GERAÇÃO Y (NASCIDOS ENTRE 1980-1990)

Don Tapscott (2010) na obra *A Hora da Geração Digital*,¹⁹ chama de *Geração Internet*, *Geração Y* ou *Geração do Milênio* os nascidos entre janeiro de 1977 a janeiro de 1997. Os nascidos nas décadas de 1980 e 1990 são descendentes das gerações *Baby Boomers* e *Geração X*; em números absolutos, contabilizam mais de 76 milhões de pessoas e superam o contingente populacional da *Geração X*. São atualmente pessoas adultas entre 30 a 40 anos, em fase de vida estruturada, com formação em nível superior e que já possuem carreira consolidada (ARMASTRONG; KOTLER, 2007).

Essa geração presenciou acontecimentos históricos, políticos e sociais importantes no desenvolvimento da democracia global e da sociedade contemporânea. A década de 1980 é considerada pelos historiadores como o fim da idade industrial e o início da idade da informação, já que registrou inúmeros conflitos em todas as partes do planeta, como a *Guerra Fria* (1945-1991); a *Guerra Afegã-Soviética* (1979–1989); a *Guerra do Líbano* (1982); a *Guerra das Malvinas* (1982), entre outros. Na área de tecnologia, surgem a IBM; *PC Windows*; estação MIR²⁰, da União Soviética; início da fabricação de computadores e dos *softwares* livres. Fatos marcantes dessa década são a queda do muro de Berlim, em 1989, e a descoberta da AIDS, em 1981, mudando significativamente a vida e o comportamento das pessoas, especialmente quanto à transfusão de sangue e as atividades sexuais (BANCHER, 2003; DALAL, 2016).

Segundo Squira (1995) e Dala (2016), em 1990, a sociedade mundial vivenciava a consolidação da democracia, globalização e instauração do capitalismo, mesmo registrando conflitos significativos, como a Guerra do Golfo, finalizada em fevereiro de 1991. A tecnologia desenvolveu-se consideravelmente com o surgimento global do processador *Pentium*, a *Microsoft Windows* e a telefonia

¹⁹ *Grown Up Digita*

²⁰ MIR, em russo: Мир, Paz ou Mundo, foi uma estação espacial que operou na órbita baixa da Terra entre 1986 e 2001, de propriedade da União Soviética, depois, Rússia.

móvel. Surgem os primeiros games e navegadores de internet, responsáveis pelo começo da era da conectividade e do acesso à informação.

Kotler e Armstrong (2007) afirmam que essa explosão de acontecimentos contribuiu para o contexto que caracteriza a *Geração Y* – nascidos em um ambiente tecnológico, já em rápido desenvolvimento – alto domínio tecnológico digital; sem barreiras para o uso dos computadores, celulares e internet. São pessoas conectadas, consumidoras de tudo o que a tecnologia pode produzir. Não fidelizam marcas; preferem investir no amparo tecnológico mais eficaz e de fácil navegação. As ações de marketing para conquistá-los requerem abordagens criativas.

No Brasil, essa geração presenciou, nos anos 1980, acontecimentos de ordem política, como o voto direto e a Constituição Federal, aprovada pela *Assembleia Nacional Constituinte*, em 22 de setembro de 1988, e promulgada em 5 de outubro de 1988. Nessa época, o Brasil vivia a implantação do *Plano Real* e a eleição direta, em 1989. Na década seguinte (1990), o impacto econômico foi um marco importante: houve o confisco das poupanças e o *impeachment* presidencial, além das consecutivas altas da inflação, que constituíram um fator de insegurança nacional (FISBLOW, 2007; MORAES, 2008; OLIVEIRA, 2012). Por fim, a *Geração Y* é considerada questionadora, mais festiva e exploradora.

5.6 GERAÇÃO Z (NASCIDOS ENTRE 1995 - 2010)

Os nascidos entre os anos 1995 a 2010 fazem parte da chamada *Geração Z*, que presenciou o desenvolvimento da *World Wide Web* e o *boom* da tecnologia de informação que conhecemos na atualidade. Segundo Grubb (2018) e Prensky (2001), são nativos digitais, familiarizados com a internet e com o conjunto de mídias que a compõe, assim como dominam os equipamentos eletrônicos. Ambientados em um mundo de conectividades, essa geração também é conhecida como nativos digitais, termo atribuído em 2001 por Marc Prensky, um especialista da área da educação que retratou os comportamentos dos estudantes frente ao uso da tecnologia.

Essa geração vivenciou marcantes acontecimentos entre os anos 2000-2010, como os atos terroristas ocorridos em 2001 às *Torres Gêmeas* do *World Trade Center* e o *Pentágono*, nos EUA; a crise econômica internacional; o

surgimento dos blocos econômicos e do euro; o alto crescimento da economia chinesa; o episódio *Bug do Milênio*, apresentado pela deficiência dos sistemas operacionais; fatos e momentos em que a globalização permitiu o acesso da informação em tempo real, etc. Esses fatos contribuíram para a formação do perfil da *Geração Z* e para as mudanças comportamentais (GASSER; PALFREY, 2011).

No Brasil, no campo político, o *Partido dos Trabalhadores* chegou ao poder, permanecendo até 2018. No campo econômico, elevou-se as políticas públicas de responsabilidade social e de combate à pobreza. Investimentos no setor educacional também ocorreram, sendo o grande destaque no ensino superior com a criação do *Programa Universidade para Todos* (ProUni), em 2014, instituído pela Lei n. 11.096/2005 para a concessão de bolsas de estudos integrais e parciais em instituições privadas que, junto com o *Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior* (FIES), criado em 1999 para financiar a graduação superior a milhares de estudantes, proporcionou significativa expansão nesse segmento, atendendo em parte as necessidades educacionais das Gerações X e Y (BRASIL, 2005).

Para Meir (2017), os nativos digitais da *Geração Z* – atualmente, na faixa etária de 10 a 20 anos – são marcados pela diversidade de gênero; estão atentos quanto a temas relevantes, como direitos humanos e sociais; são hiperconectados e utilizam as redes e a comunicação codificada para compartilharem o que pensam para várias comunidades. A comunicação com esse público deve ser centrada na linguagem digital em múltiplos canais. O fator diversidade também deve ser considerado, já que o conservadorismo é alvo de questionamento por esse grupo.

5.7 GERAÇÃO ALPHA (NASCIDOS APÓS 2010)

O termo *Geração Alpha* foi cunhado pelo sociólogo australiano Mark McCrindle. Em sua visão, *Alphas* são pessoas independentes emocionalmente e de uma inteligência propensa à cibertecnologia superior às gerações anteriores, pois interagem com a tecnologia de forma natural, além de buscarem, no campo educacional, maior interação, inclusive no ambiente virtual. É considerada a primeira geração 100% digital, conhecida também como *Geração Polegar*, termo pensado por Howard Rheingold ao descrever que os mais jovens utilizam os dedos polegares

para escreverem, característica que influencia na criação de novos produtos tecnológicos educacionais, já que se valem mais desse recurso e se adaptam com facilidade aos ambientes virtuais e digitais (GONÇALVES, 2019; MCCRINDLE, 2011; MOURA, 2009).

Para Furtado (2019), a inserção da *Geração Alpha* no ambiente escolar ocorre aos 3 (três) anos; ficam por mais tempo imersos no mundo tecnológico; utilizam e manuseiam dispositivos com facilidade em relação aos educadores e aos familiares pertencentes às gerações Y e Z.

Conforme Fava (2017) o mundo contemporâneo exige dos mais novos, além de capacidade de leitura e de escrita, competências acerca do uso e da compreensão de múltiplas linguagens, prática participativa em canais de interação e expressão nesses canais multimídias, ou seja, as crianças de “hoje em dia” utilizam os dispositivos tecnológicos como mediadores do acesso de conteúdo e de informação, em processo contínuo de interação.

No campo da Educação, grandes são os desafios para as escolas, para os professores e para as bibliotecas em atender as expectativas e as necessidades informacionais de uma geração digital. No que se refere às escolas, a atratividade do ambiente e o que ele permite interagir são elementos importantes para conquistar esse público. Aos professores, por conseguinte, cabem atualização constante e a percepção de que o processo de ensino-aprendizagem é influenciado pelo novo comportamento dos alunos, haja vista a conectividade digital a que pertençam. Incorporada de elementos digitais e virtuais, a biblioteca, mesmo que em um ambiente físico, deve interagir com os alunos de modo que responda às necessidades informacionais deles (BARBOSA, 2013; BUSTAMANTE, 2009; SOUZA, 2013).

A interação da biblioteca com o acadêmico é uma das responsabilidades dos gestores bibliotecários, que de posse das informações cadastrais dos acadêmicos e com a organização sistêmica dos serviços informacionais da unidade de informação poderá utilizar canais de comunicação mais adequados as demandas dos diversos perfis de usuários.

Por um lado, cada geração possui preferências comunicativas de acordo com suas experiências e comodidade; os mais jovens pertencentes às *Gerações Alpha, Geração Z e Geração Y* concernem ao advento da *internet* e mídias digitais. Por outro lado, pessoas oriundas de gerações mais antigas podem

apresentar dificuldades com as novas formas de comunicação e acesso aos serviços informacionais.

As formas de comunicação mais recomendadas na atualidade para as bibliotecas são fornecidas pelo Marketing Digital, e estão descritas no item a seguir considerando os perfis de cada geração.

5.8 AS GERAÇÕES E OS CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Considerando a complexidade que abrange comunicar-se com diferentes perfis de gerações (*Baby Boomers*, *X*, *Y*, *Z* e *Alpha*), a biblioteca, independentemente de sua tipologia (pública, privada, escolar, universitária ou especializada), encontra-se diante do desafio de identificar os perfis de seus usuários e, a partir das suas características, criar estratégias de comunicação que viabilizem cumprir seu papel de dispositivo de cultura, lazer e conhecimento.

Compreendendo as BUs como objeto dessa pesquisa, é importante entender as características das gerações que formam o contingente populacional no Brasil e analisar o perfil dos ingressantes do EAD identificando os canais e/ou as plataformas de comunicação que mais se ajustam a esse novo perfil do usuário dessas unidades de informação.

Em relação ao perfil da população brasileira, o *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística* (IBGE) descreve a partir dos dados dos residentes, ou seja, independentemente da nacionalidade, residir no Brasil já insere o indivíduo como cidadão, observando os dados referentes à idade, considerando o mês e o ano de nascimento, cor ou raça, frequência à rede escolar e condições de renda.

O dado referente ao contingente populacional em 6/2020 é dado pelo *Sistema IBGE de Recuperação Automática* (SIDRA), que fornece informações da população atual por faixa etária. Em janeiro de 2021, o sistema declarou que a população brasileira é formada por 211.262 milhões de pessoas, e o perfil demográfico é de predominância da população adulta, ou seja, o maior número de pessoas tem idade superior a 18 anos.

Tabela 1 - Idade da População Brasileira - 3º trimestre de 2020

Total	0 a 13 anos	14 a 17 anos	18 a 24 anos	25 a 39 anos	40 a 59 anos	60 anos ou mais
-------	----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	--------------------

211.262	36.141	12.285	21.358	45.590	58.163	37.726
---------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

Fonte: IBGE – Pesquisa Nacional por amostra de Domicílios continua trimestral, 2020.

O contingente populacional oficial tem base no censo demográfico do IBGE de 2010, que estimava 45,3 milhões de pessoas em idade escolar, abrangendo 23,7% da população total. Com base nos dados da pirâmide etária, divulgada pelo *IBGE Educa*, 42,9% da população total brasileira estava abaixo dos 30 anos em 2018.

Quanto à referência do estudo da *Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico* – OCDE de 2019, 18% das pessoas na faixa etária 25 a 64 possuem ensino superior completo.

Estudos sobre o perfil do estudante brasileiro são importantes para o cenário educacional também quando visa compreender as diferenças e as características da população estudantil por segmento. Conforme Silva (2017), a *Navegg* desenvolve pesquisas mercadológicas acerca do perfil de diversos mercados, com foco no consumidor conectado na internet. Em 2017, investigou o perfil do estudante brasileiro e concluiu que a predominância é de mulheres.

Figura 5 - Perfil de conectividade do estudante brasileiro



Fonte: Silva (2017).

Nota-se pelo estudo que a busca pela EAD é uma tendência; a utilização das mídias para encontrar informação também é algo dominante, colaborando na compreensão do processo comunicativo de uma geração – ou várias gerações – que se conecta e/ou se comunica digitalmente. Na sequência dos itens, são apresentados os procedimentos metodológicos adotados nessa pesquisa.

6 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos referem-se à forma como a pesquisa é desenvolvida, suas etapas e seus processos. A rigor, conforme Laville e Dione (1999), toda pesquisa se inicia pela necessidade de se obter resposta para algo, ou seja, alimentar com dados precisos os fatores investigados que, por sua vez, podem ser vastamente conhecidos ou não. No caso específico dessa pesquisa, busca-se contribuir acerca da exploração dos recursos empregados no processo de comunicação das bibliotecas com seus usuários, em especial, com o acadêmico do EAD.

Uma vez que o objetivo foi compreender as formas de comunicação da BU com o usuário remoto – ou seja, o acadêmico do EAD – essa pesquisa possui caráter exploratório e usa da abordagem qualitativa fundamentada no intuito de aprimorar ideias e descrever o objeto pesquisado (CRESWELL, 2014).

Quanto à sua natureza, a pesquisa configura-se como básica e qualitativa, já que tem por objetivo gerar conhecimento novo sobre o processo de comunicação utilizado pelas bibliotecas e pretende interpretar o fenômeno da comunicação digital que surge como ferramenta na melhoria dos serviços informacionais. Trata-se de uma pesquisa qualitativa com abordagem exploratória e descritiva, baseada em Estudo de Caso a fim de examinar as características do acadêmico do EAD e, em paralelo, conhecer a forma como a biblioteca realiza o processo de comunicação no contexto do EAD. Como procedimentos, adotou-se a pesquisa bibliográfica e documental, e pesquisa de campo.

A revisão de literatura – etapa cujo objetivo é subsidiar a pesquisadora na compreensão do processo de comunicação das bibliotecas com os usuários no contexto do EAD – permitiu compreender sobre as mudanças no processo de comunicação da biblioteca com esse perfil de usuário. Os principais temas que envolveram a revisão foram: ensino a distância; biblioteca universitária e híbrida; tecnologias de informação e comunicação; processo de comunicação e gerações Baby Boomers, X, Y, Z e Alpha.

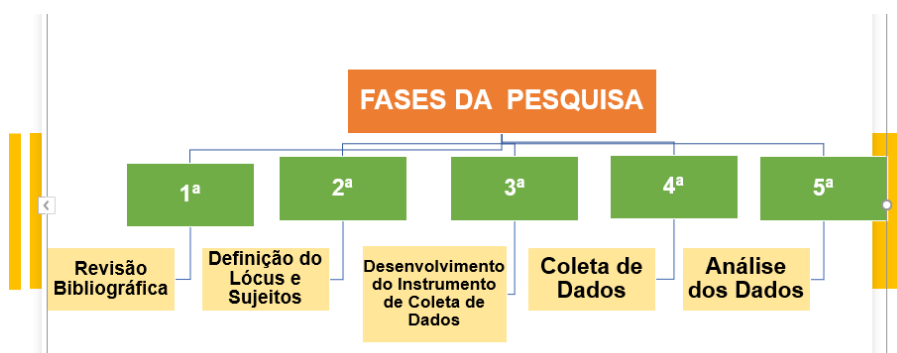
Assim, considerou-se quatro elementos centrais para o desenvolvimento da pesquisa, que vão desde a definição do tipo e do método até a abordagem e o instrumento de coleta de dados. Tais elementos fazem referência ao conjunto de procedimentos a serem aplicados pela pesquisadora, uma vez que a

metodologia de pesquisa é o estudo dos princípios e dos métodos, sendo a técnica todo procedimento empregado para coletar os dados e realizar as análises (LAVILLE; DIONEE, 1999).

Inicialmente, buscou-se pelos termos na base de dados em Ciência da Informação BRAPCI, no *Google Acadêmico* e *Google Livros*, no *Portal de Periódicos da Capes* sem aplicação de limite temporal, iniciando assim a leitura dos trabalhos recuperados, sendo expandido conforme o avanço da pesquisa em si. Para a realização, foram definidos como procedimentos metodológicos o universo da pesquisa; sujeitos da pesquisa; método; tipo e os instrumentos para a coleta de dados, assim como as fases da pesquisa.

A estrutura básica da pesquisa compreende seu início com a revisão bibliográfica seguida da definição do *Locus* e dos sujeitos da pesquisa, desenvolvimento do instrumento de coleta e da análise de dados, conforme está apresentada no fluxograma a seguir.

Figura 6 - Fases da Pesquisa



Fonte: elaborada pela autora.

6.1 LÓCUS E SUJEITOS DA PESQUISA

Os sujeitos da pesquisa são os gestores das BUs e os gestores do EAD; a seleção das instituições participantes a partir da identificação das IES que ofertam cursos à distância, ranqueadas por número de matrículas, usando como fonte primária de informação os dados do *Censo da Educação Superior* de 2014-2019. Como fatores secundários da escolha para o Estudo de Caso, optou-se por:

- uma instituição cujo credenciamento se aproximasse do

marco histórico de autorização da modalidade no Brasil, ou seja, pelo ato normativo da Portaria n. 301, de 7 de abril de 1998.

- Com polos em todas as Regiões do Brasil.
- Com número de matrículas na graduação a distância superior a 10 mil alunos e em crescimento.
- Que ofertasse cursos em várias áreas do conhecimento.
- Existência de um Sistema Integrado de Biblioteca e que houvesse um gestor bibliotecário responsável.

Após as análises preliminares, foram contatados os dois gestores, Bibliotecária e Gestor do EAD, por meio de e-mail, solicitando participar da pesquisa, e, diante da confirmação positiva, foi enviado os questionários em 19/12/2020.

6.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Por se tratar de um estudo de caso, a comunicação da biblioteca universitária com o acadêmico do EAD possui alguns aspectos que precisam ser citados:

- O estudo de caso limita a generalização dos resultados obtidos, uma vez que uma única Instituição foi abordada;
- O instrumento utilizado (questionário) constituído a partir do início da análise documental limita-se ao rol de questionamentos em torno do objetivo da pesquisa;
- As informações coletadas no site da Instituição participante da pesquisa poderiam sofrer alterações.

Além do exposto acima, a pesquisa inicial seria aplicada nas dez maiores Instituições considerando o ranking do número de matrículas no EAD, contudo, o cenário pandêmico por meio da entrevista. Contudo diante do cenário da pandemia iniciado em 2019, optamos pelo estudo de caso como estratégia para coleta de dados.

6.3 INSTRUMENTOS E COLETA DE DADOS

Coletar dados é uma das etapas mais cruciais de uma pesquisa, pois a escolha dos instrumentos considera a tipologia do método empregado e, nesse caso, reflete as abordagens descritivas e exploratórias que permitem identificar, compreender e contribuir com o objeto pesquisado (LAVILLE; DIONEE, 1999).

O instrumento proposto para validar a investigação a respeito do processo de comunicação da biblioteca com os acadêmicos do EAD foi o questionário com questões abertas e fechadas com o fim de coletar a dinâmica empregada pelas unidades de informação ao variado perfil de usuários atendidos.

Esse instrumento foi organizado em 4 seções a fim de mensurar as principais características do perfil pessoal e profissional dos gestores, dos cursos e acadêmicos do EAD; do acervo e dos serviços do Sistema de Bibliotecas e, por fim, dos canais de comunicação utilizados pela Instituição e suas Bibliotecas na interação com os acadêmicos do EAD.

As questões foram distribuídas da seguinte forma:

- ✓ Das 20 questões elaboradas, apenas 3 eram abertas;
- ✓ 11 questões foram aplicadas tanto para o gestor do EAD quanto para a gestora da Biblioteca;
- ✓ O questionário aplicado ao gestor do EAD contemplou 16 questões, sendo 2 abertas e 14 fechadas,
- ✓ o questionário direcionado à bibliotecária continha 20 perguntas, sendo 3 abertas e 17 fechadas.

A revisão bibliográfica e a análise dos dados do *Censo da Educação Superior* – realizada anteriormente à aplicação da coleta de dados junto aos sujeitos da pesquisa – foram fundamentais para contextualizar o cenário do EAD no Brasil a partir da exploração dos dados do *Censo da Educação* (2014 - 2019) e do *Censo EAD.Br* (2005 – 2019).

Com o cenário desenhado, e com o entendimento da pesquisadora sobre os temas (biblioteca universitária, perfil das gerações e processo de

comunicação), elaborou-se o instrumento de coleta de dados.²¹ Na sequência, seguem os dados coletados nas bases do Censo da *Educação Superior*, *Censo EAD.BR* e dos questionários aplicados.

²¹ O questionário foi aplicado à bibliotecária e ao gestor do EAD da instituição selecionada.

7 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

*“Sem dados, você é apenas mais uma pessoa com uma opinião.”
William Edwards Deming*

A apresentação dos dados da pesquisa inicia-se com a pré-seleção de dados oficiais sobre o ensino superior brasileiro organizadas em tabelas com o objetivo de compreender o crescimento do EAD e a faixa etária dos estudantes universitários. Os dados apresentados consideram as informações gerais das publicações oficiais a fim de garantir a veracidade da coleta das informações sobre o universo pesquisado.

Após a coleta de dados por meio dos questionários, foi realizado o cruzamento das respostas das questões comuns e apresentada em um quadro unificado. As questões mais relevantes foram complementadas com citações de literatura e comentadas.

7.1 DADOS DO CENSO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR 2014 - 2019

Os dados apresentados foram extraídos de fonte oficial do *Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira* (INEP), que edita, desde 1995, a *Sinopse Estatística da Educação Superior*, reunindo um conjunto de tabelas organizadas por tema e abrangendo as IES. Os dados apresentados são dos cursos de graduação – presencial e a distância – de forma ampla e coletados anualmente, tratados e disponibilizados no site oficial do Ministério da Educação.

A metodologia do Censo consiste em coletar informações e dados junto às IES credenciadas quanto a oferta do ensino superior por meio do portal do *Censo da Educação Superior*, entre o período de janeiro a março de cada ano, e divulgá-los no ano seguinte, normalmente no mês de outubro. Dessa forma, o levantamento compreendeu o período de 2014 a 2019, buscando identificar o número de instituições que ofertam ensino presencial e a distância, bem como informações sobre os números de matrículas, ingressantes, concluintes, polos e a faixa etária dos estudantes, entre outras informações importantes para

complementar a pesquisa e contextualizar o cenário educacional no Brasil.

Em relação às faixas etárias apresentadas, o Censo não distingue se o estudante está matriculado na modalidade presencial ou a distância, mas permite compreender a faixa etária dos universitários brasileiros de forma a relacionar as preferências dos canais de comunicação utilizados por eles, inter-relacionado com o estudo das gerações.

7.2 INSTITUIÇÕES, CURSOS, MATRÍCULAS E CONCLUINTES

As IES no Brasil funcionam com base em regulamentação específica atribuídas à *Secretária de Regulação da Educação Superior (SERES)*, subordinada ao MEC, e os processos de credenciamento e recredenciamento permitem que as IES funcionem respeitando a legislação educacional vigente. As IES podem pertencer a duas categorias: pública ou privada, ofertando cursos de grau acadêmico, licenciatura, bacharelado e tecnólogo, e cursos de pós-graduação *lato e stricto sensu*, na modalidade presencial e a distância. Nessa pesquisa, as análises são focadas em torno dos números referentes aos cursos de graduação.

No último Censo/2019, publicado em outubro de 2020, existiam no Brasil 2.608 instituições, sendo 88,4% pertencentes ao segmento privado, com número de matrículas de 8.450.755 (oito milhões, quatrocentas e cinquenta mil e setecentas e cinquenta e cinco); dessas, 79,9% pertenciam aos cursos de bacharelado. No mesmo ano, 1.264.288 (um milhão, duzentos e sessenta e quatro mil, duzentos e oitenta e oito) estudantes concluíram a graduação.

Tabela 2 – Número de instituições, matrículas, cursos e concluintes, 2019

Número de Instituições	Pública		Privada		Total
Total	299	11,6%	2.238	88,4%	2.608
Capital	98	10,8%	806	89,2%	904
Interior	201	12,0%	1.432	88,0%	1.633

Número de matrículas por grau acadêmico	Pública		Privada		Total
Total	2.007.481	24,2%	6.373.274	75,8%	8.450.755
Bacharelado	1.261.979	22,4%	4.427.356	77,6%	5.689.335
Licenciatura	612.427	36,0%	1.016.249	64,0%	1.628.676
Tecnólogo	168.526	14,1%	929.540	85,9%	1.098.066

Número de concluintes por grau acadêmico	Pública		Privada		Total
Total	259.302	20,1%	1.004.986	79,9%	1.264.288

Bacharelado	158.800	20,2%	642.998	79,8%	801.798
Licenciatura	77.179	28,1%	173.274	71,9%	250.453
Tecnólogo	23.323	10,9%	188.714	89,1%	212.037

Fonte: Brasil, Censo 2019.

Os dados indicam que a concentração de matrículas está nos cursos de Bacharelados em instituições privadas (77,6% do total de estudantes), assim como o número de concluintes (79,8%). Em relação à faixa etária dos universitários, os dados do Censo estão relacionados a outros, como: número de matrículas, região geográfica e tipo de categoria da instituição (se pública ou privada), não permitindo identificar quantos são pertencentes a cada modalidade de ensino, se presencial ou a distância. Contudo, fornecem informações importantes que, associadas aos estudos das gerações, subsidiam as lacunas em relação ao processo de comunicação da biblioteca com os acadêmicos do EAD.

Tabela 3 – Faixa etária do estudante universitário no Brasil, 2019.

Faixa etária por matrículas e categoria administrativa	Pública		Privada		Total
Menos de 18 anos	38,8%	6.686	61,4%	10.642	17.328
18 anos	32,3%	97.321	67,7%	203.597	300.918
19 anos	31,5%	189.072	68,5	411.383	600.455
20 anos	29,9%	219.376	70,1	513.707	733.083
21 anos	29,3%	223.546	70,7	539.454	763.000
22 anos	28,9%	219.579	71,0	539.838	759.838
23 anos	28,7%	187.844	71,3	466.989	654.833
24 anos	27,8%	148.981	72,2	387.259	536.240
Menos de 20 anos	31,9%	293.079	68,1	625.622	918.701
De 20 a 24 anos	29,0%	999.326	71,0	2.447.247	3.446.573
De 25 a 29 anos	23,3%	378.022	76,7	1.241.688	1.619.710
De 30 a 34 anos	17,3%	171.782	82,7	823.905	995.687
De 35 a 39 anos	14,5%	103.892	85,5	614.311	718.203
De 40 a 44 anos	13,9%	60.899	86,1	376.426	437.325
De 45 a 39 anos	14,6%	35.313	85,4	206.749	242.062
De 50 a 54 anos	15,9%	20.566	84,1	108.484	129.050
De 55 a 59 anos	17,6%	11.099	84,4	51.884	62.983
De 60 a 64 anos	18,8%	4.342	81,2	18.809	23.151
De 65 ou mais	17,6%	1.826	82,4	8.553	10.379

Fonte: Brasil, Censo da Educação Superior, 2019.

Com base nos dados do Censo de 2019, observa-se que a maioria dos estudantes ocupa as vagas ofertadas pelas instituições privadas e estão na faixa etária de 20 a 24 anos, representando 71,1% de toda a população que se encontrava matriculada na graduação em 2019, conforme demonstrado na tabela 3.

Considerando a faixa etária no período de 2014 a 2019, apresentado na tabela a seguir, nota-se uma redução no quantitativo da população com idade

igual ou inferior, a 18 anos; porém, há um aumento do alunado na faixa etária de 35 a 60 anos.

Tabela 4 – Faixa etária do estudante universitário no Brasil, 2014 - 2019

Faixa etária	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Menos de 18 Anos	31.203	29.706	26.742	28.695	23.343	17.328
18 anos	336.689	336.124	322.328	342.042	327.357	300.918
19 anos	560.232	570.746	577.019	575.024	596.018	600.455
20 anos	662.992	682.322	694.283	714.854	703.654	733.083
21 anos	683.481	718.243	733.969	758.462	774.621	763.000
22 anos	645.703	677.831	702.920	727.899	744.799	759.417
23 anos	579.640	586.451	602.155	630.995	644.932	654.833
24 anos	476.592	502.327	495.081	515.371	532.199	536.240
De 25 a 29 Anos	1.588.174	1.609.966	1.594.046	1.609.352	1.614.821	1.619.710
De 30 a 34 Anos	960.121	972.091	947.667	956.953	974.563	995.687
De 35 a 39 Anos	586.198	609.323	621.188	656.822	689.773	718.203
De 40 a 44 Anos	340.312	348.762	349.796	370.042	398.855	437.325
De 45 a 49 Anos	199.720	199.458	197.523	207.606	220.209	242.062
De 50 a 54 Anos	108.358	111.323	110.636	113.992	119.709	129.050
De 55 a 59 Anos	46.676	48.828	48.789	51.791	56.447	62.983
De 60 a 64 Anos	15.983	17.268	17.603	18.971	20.585	23.151
65 Anos ou mais	5.939	6.528	6.956	7.792	8.870	10.379

Fonte: Brasil, *Censo da Educação Superior* (2014-2019).

Existe um número expressivo de pessoas fora da faixa etária de formação comum no ensino superior, que vai dos 18 aos 24 anos, ocupando vagas nos diversos cursos de graduação, seja presencial ou a distância. São pessoas com idade superior a 40 anos, incluídas nas *Gerações Y e X* e que utilizam de canais de comunicação diferentes dos mais jovens, o que torna um desafio para o EAD suprir essas necessidades comunicacionais.

7.3 EXPANSÃO DO EAD – CENSO 2014/2019

Em relação ao quadro atual da expansão do EAD, o Censo fornece informações sobre o número de polos, cursos, vagas, matrículas, ingressantes e concluintes. Observando o período de 2014 a 2019, nota-se um aumento de 70% nos números de polos e cursos e 45% no número de matrículas, comprovando que a modalidade a distância já se consolidou no País. Contou com 1.592.184 (um milhão, quinhentos e noventa e dois mil, cento e oitenta e quatro) ingressantes em 2019.

Tabela 5 – Expansão do EAD de 2014 a 2019.

Ano	Polos	Cursos	Vagas	Matrículas	Ingressantes	Concluintes
2014	4.912	1.365	2.800.358	1.341.842	727.738	189.788
2015	4.915	1.473	2.387.865	1.393.752	694.559	233.704
2016	5.133	1.662	3.936.573	1.494.418	843.181	230.717
2017	7.050	2.108	4.042.488	1.756.982	1.073.497	252.163
2018	12.122	3.177	5.845.943	2.056.511	1.373.321	273.873
2019	16.135	4.529	7.805.840	2.450.264	1.592.184	316.039

% de crescimento



70%	70%	64%	45%	54%	40%
-----	-----	-----	-----	-----	-----

Fonte: Brasil, *Censo da Educação Superior*, 2014 – 2019.

Considerando apenas o crescimento do número de polos e ingressantes entre 2014 - 2019, há um crescimento de 70% em números de polos e 54% no número de ingressantes – além dos 64% de aumento no número de vagas na modalidade do EAD – estando aptos ao mercado de trabalho 316.039 (trezentos e dezesseis mil e trinta e nove) concluintes, apenas em 2019.

Ainda em relação à expansão do número de polos nas regiões do Brasil, percebe-se maior concentração no Sudeste, com 6.690 (seis mil, seiscentos e noventa) unidades, seguido pela região Nordeste, com 3.390 (três mil, trezentos e noventa) e a região Sul, com 3.235 (três mil, duzentos e trinta e cinco).

Tabela 6 - Crescimento do número de polos e ingressantes no EAD, 2014-2019

Polos por Região	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
2014	364	1.053	1.857	1.124	514
2015	350	1.066	1.898	1.070	531
2016	358	1.130	1.995	1.119	531
2017	548	1.458	2.832	1.504	701
2018	963	2.479	5.054	2.441	1.152
2019	1.267	3.390	6.690	3.235	1.515

Ingressantes por Região	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
2014	87.254	121.134	299.974	140.921	78.275
2015	85.483	109.986	288.774	147.652	62.664
2016	93.479	124.175	366.985	171.658	86.884
2017	115.952	180.248	449.313	219.095	108.438
2018	143.716	224.126	578.148	295.772	130.399
2019	169.490	290.875	631.751	346.293	152.375

Fonte: Brasil, *Censo da Educação Superior*, 2014 – 2019.

Acerca da abrangência do EAD, Giolo (2018) explica que o

segmento está mais presente no setor privado e que os cursos de licenciatura são os mais procurados pelos estudantes do EAD, sendo que o aumento no número de matrículas evidencia que a modalidade exigirá de todos maior compreensão sobre esta modalidade de ensino.

Analisando os dados de 2002 a 2015, Giolo (2018) fez duas constatações importantes: primeiro, o mercado educacional do EAD é gigantesco; segundo, o modelo não complementa o presencial, mas concorre com ele, visto que os polos estão instalados em regiões que possuem grande número de IES e de cursos presenciais.

Frente a essa constatação apontada pelos dados estatísticos sobre o EAD, a pesquisa torna-se importante ao analisar o panorama geral do perfil dos estudantes universitários no Brasil, bem como a evolução da comunicação das bibliotecas com seu público. Isso é relevante, uma vez que o crescimento do número de matrículas na graduação a distância modifica a forma tradicional das BUs de atenderem os acadêmicos, sobretudo, na oferta e disponibilização dos serviços informacionais que atendam as demandas desse público.

7.4 DADOS DO APURADOS NA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO E DISTÂNCIA

A procura pelo EAD é tema de estudos da *Associação Brasileira de Educação a Distância* (ABED), que realiza, desde 2005, o *Censo EAD.BR*, um levantamento anual das práticas de aprendizagem da educação a distância no Brasil, de 2005 a 2007, cuja publicação intitulava-se *Anuário Brasileiro Estatístico de Educação Aberta e a Distância*, um relatório analítico do modelo de aprendizagem mediada por tecnologia que mapeia a abrangência do EAD no Brasil em termos de distribuição geográfica e número de estudantes atendidos em tipos de cursos e perfil das instituições de ensino dessa modalidade.

Inicialmente, os dados eram gerados a partir das análises dos relatórios oficiais, como os do *Censo da Educação Superior*, gerado anualmente pelo Inep, assim como os dados dos *Conselhos Estaduais e Municipais de Educação*. Após o ano de 2008, o instrumento de coleta de dados passou a convidar as instituições credenciadas pelo MEC, na oferta do ensino à distância, para participar voluntariamente da pesquisa, como uma forma de reduzir os diferenciais

de cada instituição (ABED, 2018).

Em 2013, o *Censo EAD.BR* enfocou acerca do tamanho da demanda, em média geral, de cursos com 390,67 (trezentos e noventa e sessenta e sete) de estudantes por cursos, nas 309 (trezentas e nove) IES que participaram da pesquisa, revelando que a procura pela modalidade já incidia na oferta de vagas, levando muitas instituições a ampliarem suas vagas e cursos dentro da modalidade em anos posteriores, conforme registro das análises dos Censos de 2014 a 2018, observados na pesquisa (ABED, 2013-2019).

O modelo de pesquisa do Censo também observa a forma de admissão aos conteúdos bibliográficos: acesso às obras escritas, mediado pelo serviço de *download*, impressão de livros, apostilas, guias distribuídos por correio ou diretamente aos estudantes (ABED, 2013 a 2018). As análises revelaram que o EAD está em expansão e que absorve diversas gerações, já que a sua atratividade está no modelo pedagógico, nas variações de disponibilidade e nas múltiplas formas de comunicação e acesso à informação que, juntas, permitem o desenvolvimento do processo de ensino-aprendizagem.

O último *Censo EAD.BR* divulgado foi referente aos dados de 2018, com a participação de 259 IES. Em relação às estratégias de comunicação com os acadêmicos adotadas pelas Instituições participantes do Censo de 2018, constata-se o uso do Fórum (95,6%), E-mail (84,6%), Chat (83,7%), Ferramentas de avisos/notícias (73,3%), Avisos automáticos (59,3%), Tutoria em vídeo (43%3). Videoconferência (48, 2%), SMS (37, 8%), Rede social interna (23,7%). Quanto às disponibilidades de recursos educacionais abertos, a Biblioteca Física obteve (70,4%), Repositórios digitais com conteúdo da própria instituição (68,9%), Repositórios de recursos educacionais abertos (46,7%), Enciclopédia on-line (38, 5%), Repositório da própria instituição que agrega conteúdos diversos de outros fornecedores (38,5%).

A síntese apurada das edições 2014-2018 está contida no quadro a seguir, elencando os temas relevantes para o contexto da pesquisa, como perfil do estudante, faixa etária e meios de comunicação.

Quadro 6 - Dados do *Censo EAD.BR 2014-2018* sobre o perfil do estudante.

Ano de apuração	Descrição sumária
2018	259 IES participantes: quanto ao perfil do aluno de EAD, repetiu-se somente a pergunta referente à idade. O estudo sobre os tipos de conteúdo e serviços oferecidos aos alunos e a situação dos negócios também se repetiram.
2017	351 IES participantes: Perfil dos alunos: faixa etária, gênero, classe social, local onde cursou o ensino médio.
2016	312 IES participantes: Perfil dos alunos: Faixa etária, gênero e conciliação entre estudo e trabalho.
2015	339 IES Participantes: Perfil dos alunos atendidos pelas instituições de EAD Público masculino e feminino em cursos presenciais e a distância, Público feminino nos diferentes tipos de cursos a distância, Faixas etárias dos cursos presenciais e a distância Distribuição etária dos alunos a distância, por tipo de curso. Meios de comunicação do ambiente de aprendizagem utilizados pelas instituições na comunicação com alunos, por tipo de curso
2014	309 IES participantes: Uma parte significativa das instituições participantes não ofereceu informações como sexo, faixa etária e ocupação dos educandos, o que parece indicar que não contam com informações sobre o perfil dos alunos.

Fonte: elaborado pela autora.

A organização do *Censo EAD.BR* busca analisar o perfil das Instituições participantes e do estudante. Observa-se que a adesão à pesquisa oscilou entre 2014 a 2019 nas instituições convidadas. Em 2014, não houve informações relevantes sobre os estudantes, o que levou a organização do Censo a crer que as instituições não continham tais dados segmentados sobre o perfil dos estudantes. Os resultados das análises dos dados do *Censo da Educação Superior* e do *Censo EAD.BR* permitem elucidar sobre o perfil das Instituições que ofertam o EAD e o crescimento dessa modalidade em número de ingressantes e matrículas.

Cabe destacar que o *Censo EAD.BR* concentra informações importantes sobre os acadêmicos, como faixa etária, dados socioeconômicos além elencar os meios de comunicação que as Instituições utilizam. Embora trata-se de uma pesquisa de amostragem, os dados do *Censo EAD.BR* levam a concluir que está em crescimento o número de matrículas e que é maior a atratividade para as pessoas acima de 26 anos.

7.5 ESTUDO DE CASO: A COMUNICAÇÃO DA BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA COM O ACADÊMICO DO EAD

Para alcançar o objetivo da pesquisa – consolidar as informações teóricas com a prática das BUs em relação à operacionalização da comunicação com os acadêmicos do EAD – foi idealizado, inicialmente, aplicar os questionários em 10 (dez) IES, considerando o ranking por número de matrículas. Contudo, mediante as dificuldades e as limitações instauradas pela pandemia da Covid-19, foi realizado um estudo de caso com a Instituição *Centro Universitário Claretiano*, que tem sede localizada no estado de São Paulo, e que atua na modalidade a distância desde 2004, ofertando mais de 60 (sessenta) cursos. A referida Instituição é reconhecida pelo MEC e, atualmente, contempla o Conceito 4 no IGC²²; está presente em grande parte do território nacional e possui unidades físicas nos estados de São Paulo, Paraná e Rondônia, voltadas para cursos presenciais de graduação e pós-graduação; possui 26 (vinte e seis) polos para a oferta do EAD.

A contextualização histórica do objeto de estudo é necessária para inserir as características da instituição e do *Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano* no escopo da pesquisa. As informações foram coletadas no site da instituição e nos dados disponibilizados pelo MEC.

A *Ação Educacional Claretiana* (Educlar), dirigida pelos *Padres Missionários Claretianos* desde 1925, é a mantenedora do *Centro Universitário Claretiano*, credenciado no MEC em 2001 e atuante no ensino superior de graduação e pós-graduação, mediante o Parecer CNE/CES 326/2001, e reconhecida por meio da Portaria nº. 516/2012. Atua na oferta do EAD desde 2004, e teve o processo de credenciamento aprovado em 2017, por meio da Portaria Ministerial nº. 684. Está situada em Batatais, interior do estado de São Paulo.

A missão do *Claretiano* consiste em

[...] capacitar a pessoa humana ao exercício profissional e ao compromisso com a vida mediante a sua formação integral, envolvendo a investigação da verdade, o ensino e a difusão da cultura, inspirado nos valores éticos e cristãos, e no carisma claretiano, que dão pleno significado à vida humana” (CLARETIANO, 2017, p. 21).

²² Índice Geral de Cursos

Atualmente, o *Claretiano* possui polos em todas as regiões do Brasil e em terras internacionais, como Portugal, Espanha, Orlando, Japão e, segundo os dados do *Catálogo Institucional*, são 53 opções de cursos de graduação na modalidade a distância, e 108 cursos de pós-graduação (*lato sensu*).²³ Segundo os dados do Censo da Educação Superior de 2019, a Instituição oferta 42 cursos na modalidade EAD e registrou 25.791 matrículas na modalidade, conforme detalha a tabela a seguir:

Tabela 7 - Dados do Censo 2019, *Claretiano*

Centro <i>Universitário Claretiano</i>	Concluintes		Cursos		Matrículas	
	<i>Graduação Presencial</i>	<i>Graduação a Distância</i>	<i>Graduação Presencial</i>	<i>Graduação a Distância</i>	<i>Graduação Presencial</i>	<i>Graduação a Distância</i>
	368	6,673	14	42	1.486	25.791

Fonte: *Censo da Educação Superior /2019 (7.1 - Número de Concluintes, Número de Cursos e Matrículas nos Cursos de Graduação Presenciais e a Distância, segundo as Regiões Geográficas e as Instituições que oferecem cursos a distância - 2019).*

Observa-se que a Instituição atua na oferta de cursos a distância e, conforme consta no *Catálogo Institucional* (2019, p. 27), “o *Claretiano* conta com 120 Polos, distribuídos em todos os estados da federação e no Distrito Federal, além de polos internacionais no Japão, Portugal, Espanha, Argentina e Estados Unidos”.

7.6 SISTEMA INTEGRADO DE BIBLIOTECAS DO CLARETIANO

O *Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano - Rede de Educação* é regido pela unidade sede de Batatais-SP, e agrega as unidades físicas em Boa Vista (RR), Curitiba (PR), Rio Claro (SP) e São Paulo-SP. Tem por finalidade dar “suporte às atividades e fornecer serviços e produtos de informação necessários ao desenvolvimento das atividades de ensino, pesquisa e extensão” (BIBLIOTECA CLARETIANO, 2021)

O site da instituição²⁴ contempla informações sobre as unidades, catálogo on-line e informações sobre serviços e recursos informacionais. As unidades atuam de forma colaborativa no desenvolvimento e na manutenção dos recursos informacionais disponíveis, tais como: *Claretiano Biblioteca Digital*, que

²³ Essas informações constam no Apêndice D.

²⁴ <<https://claretiano.edu.br/biblioteca>>

disponibiliza a *Produção Acadêmica*, dividida em duas categorias: didático-pedagógica e técnico-científico, reunindo e disponibilizando livros-texto, os conteúdos básicos de referência, as videoaulas, vídeos complementares, revistas acadêmicas, teses, artigos científicos e obras de referências em geral. O sistema também agrega recursos informacionais digitais e virtuais, com a manutenção de assinaturas, de bibliotecas digitais (*Pearson, Senac e Minha Biblioteca*) e da base de dados EBSCO.

O site direciona os usuários ao acesso aos serviços presenciais e remotos, compilados no quadro a seguir.

Quadro 7 - Serviços oferecidos pelo Sistema Integrado de Bibliotecas Claretiano

Serviço	Link
Acesso ao Acervo Claretiano – Biblioteca Digital	https://biblioteca.claretiano.edu.br/pergamum/biblioteca/
Bibliotecas Parceiras	http://www.redeclaretiano.edu.br/bibliotecadigital
Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)	https://claretiano.edu.br/biblioteca/parcerias
Bases de Dados de acesso livre selecionadas por áreas do conhecimento	https://claretiano.edu.br/tcc
Periódicos on-line de acesso livre categorizado por área do conhecimento e cursos	https://claretiano.edu.br/biblioteca/base-de-dados
Periódicos impressos, lista dos títulos disponíveis por área do conhecimento	https://claretiano.edu.br/biblioteca/periodicos/online
Periódicos Capes	https://claretiano.edu.br/biblioteca/periodicos/impresso
Revistas Científicas	https://www-periodicos-capes-gov-br.ezl.periodicos.capes.gov.br/index.php?
	https://claretiano.edu.br/revista

Fonte: elaborada pela autora com base nas informações no site do Sistema Integrados de Biblioteca do Claretiano, em dezembro de 2020.

Observa-se que o acervo está informatizado em catálogo próprio, de livre consulta pública, assim como o repositório de periódicos da Instituição. São direcionados endereços eletrônicos de periódicos de acesso livre e orienta para o Portal da Capes.

Em relação aos serviços informacionais elencados na página da biblioteca, o Sistema oferece:

Quadro 8 - Serviços informacionais

Serviços	Descrição
Acessibilidade	As bibliotecas estão adaptadas para

Serviços	Descrição
	atender as pessoas portadoras de deficiência, contando com estrutura, ferramentas e meios que priorizam a qualidade do processo de inclusão
Acesso à biblioteca digital da <i>Pearson</i>	Acesso a obras disponibilizadas pela Pearson, disponíveis para leitura onl-ine.
Apoio na elaboração de trabalhos acadêmicos	A biblioteca auxilia o usuário como o levantamento bibliográfico e o Núcleo de Iniciação Científica, como Normas Técnicas.
Assistência para uso da biblioteca	Oferece ao usuário assistência e instrução quanto ao uso da Biblioteca, seus catálogos, acervo e serviços.
Atendimento ao aluno do ensino a distância (EAD)	A biblioteca está à disposição do aluno EAD, que pode acessá-la como os demais alunos, nos encontros presenciais na Instituição, no polo ou em qualquer outro lugar. Caso o aluno necessite, poderá solicitar materiais bibliográficos de outras unidades, que serão enviados ao polo do solicitante sem despesas ou recebê-los em casa via correio, responsabilizando-se pelos custos.
Empréstimo domiciliar	Para que o professor, aluno ou funcionário da instituição possa utilizar este serviço, é necessário estar cadastrado na Biblioteca.
Empréstimos interbibliotecas	A Biblioteca localiza e obtém o empréstimo de obras existentes em outras bibliotecas.
Exposição de livros novos	As novas aquisições são colocadas à exposição no site da biblioteca e algumas unidades dispõem também de vitrines expositoras.
Facilidade na reserva	Toda obra que estiver emprestada poderá ser reservada. Quando devolvida, ficará à disposição do usuário solicitante por 24 horas.
Levantamentos bibliográficos	A biblioteca elabora, mediante solicitação do usuário, levantamentos bibliográficos sobre temas específicos por intermédio de base de dados e da internet.
Visita orientada e capacitação do aluno	Caso alguém tenha interesse em conhecer a biblioteca, seus serviços e acervo, é necessário consultar a bibliotecária para marcar uma visita orientada, por meio do telefone (16)

Serviços	Descrição
	3660-1616.

Fonte: elaborada pela autora com base nas informações no site do Sistema Integrados de Biblioteca do Claretiano, em dezembro de 2020.

A descrição da disponibilização dos serviços informacionais nas unidades de informação do *Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano* conjectura que esses serviços estão à disposição dos acadêmicos do EAD. São ações que valorizam o compromisso da biblioteca em fornecer serviços e produtos de informação necessários ao desenvolvimento das atividades de ensino, pesquisa e extensão.

Dentre a relação dos serviços, destaca-se o atendimento ao aluno de ensino a distância, foco da pesquisa, cuja descrição no site da biblioteca está da seguinte forma “A Biblioteca está à disposição do aluno EAD, que pode acessá-la como os demais alunos, nos encontros presenciais na instituição, no polo ou em qualquer outro lugar” (BIBLIOTECA CLARETIANO, 2021).

Embora a oferta do serviço de empréstimo domiciliar aos acadêmicos do EAD permite a comodidade de dispor do acervo físico, em contraponto, as despesas de postagem ficam a cargo do acadêmico. Está explícito no site que os conteúdos digitais poderão ser acessados pelos acadêmicos através da Sala de Aula Virtual. Nas informações de contato, a instituição assegura que existe uma equipe especializada para apoiar na pesquisa e na recuperação de informação, e que os canais de comunicação são via telefone e e-mail. Em conformidade com a legislação vigente, cabe a Instituição de Ensino disponibilizar aos cursos do EAD acervo digital ou virtual de forma que o acesso seja simultâneo e interrupto.

Em relação aos tutoriais, o sistema disponibiliza os *Manuais de Utilização das plataformas da Biblioteca Virtual Pearson, Minha Biblioteca e Senac*, bem como um vídeo de utilização do *Catálogo On-line*.

7.7 ANÁLISE DOS DADOS – QUESTIONÁRIO

O instrumento utilizado para coletar dados com o gestor da biblioteca foi o questionário (Apêndice B e Apêndice C) por meio eletrônico (*Google Formulários*). Sua elaboração foi constituída de questões comuns direcionadas ao

gestor do EAD e à bibliotecária responsável pelo *Sistema Integrado de Bibliotecas*.

Os questionários foram enviados em 19/12/2020 e as devolutivas ocorreram em 06/01/2021. As análises dos questionários foram organizadas de acordo com as **quatro seções** a fim de facilitar a compreensão a respeito das questões individuais e coletivas, e está apresentada de forma agrupada em um único quadro no Apêndice E.

A **primeira seção** permitiu compreender as características do perfil pessoal e profissional dos gestores do EAD e da Biblioteca, consolidando um agrupamento de quatro questões. O resultado evidenciou que ambos os gestores atuam nas funções há mais de três anos e possuem formação profissional relacionada ao campo de atuação dos setores de EAD e Biblioteca. Também foi questionado a respeito da idade, formação profissional, o nível de formação e o tempo de atuação na gestão no Claretiano, pois entende-se – nessa pesquisa – que a qualificação da equipe gestora é crucial para o desenvolvimento do trabalho em uma Instituição de Ensino Superior.

A **segunda seção** buscou compreender as principais características dos cursos e acadêmicos do EAD do Claretiano, havendo uma questão coletiva para mensurar a quantidade de acadêmicos atendidos no EAD e, conseqüentemente, na Biblioteca, dando ênfase à média de atendimentos realizados. A análise do resultado obtido revela que o setor de EAD e a Biblioteca atendem acima de 10 mil acadêmicos remotamente. Observando os dados do Censo da Educação Superior, o Claretiano atingiu 25.791 matrículas apenas no EAD em 2019.

Na **terceira seção**, verificou-se as principais características do acervo e dos serviços informacionais do Sistema de Bibliotecas, sendo aplicada seis questões coletivas direcionadas acerca dos recursos digitais existentes e uma a respeito da existência do Repositório Institucional e as contribuições do Bibliotecário(a) no processo de indicação bibliográfica. Como resultado, foi evidenciado a existência de três tipos de suportes de acervo bibliográficos para acadêmicos – virtual, digital e impresso – e que o Sistema está em transição (do suporte físico para o digital) em função do atendimento e da implementação dos cursos do EAD. Foi elencado a utilização de Base de dados por assinatura, assim como conferido a disponibilização dos tutoriais de uso no site da Biblioteca.

Nesta seção, duas questões foram direcionadas apenas ao gestor do EAD, uma buscando identificar a participação do bibliotecário (a) na indicação de

conteúdos bibliográficos, e outro sobre o encaminhamento das produções dos docentes para o Repositório Institucional. Em relação à participação do bibliotecário(a), o gestor do EAD afirmou que o profissional participa na indicação de conteúdos bibliográficos dos cursos; quanto às produções dos docentes do setor, são encaminhadas para o Repositório Institucional.

Esse conjunto de questionamentos ajuda na compreensão do portfólio de serviços e recursos informacionais que demandam os cursos do EAD e a participação **do bibliotecário** [EM1] na seleção dos conteúdos bibliográficos disponibilizados aos acadêmicos. A consulta ao site do Sistema de Bibliotecas, juntamente com as duas questões direcionadas ao gestor do EAD, permitiram reforçar o entendimento de que essa Instituição e suas bibliotecas atuam no desenvolvimento gradual do acervo e dos serviços independentemente de ser voltado para os cursos presenciais ou a distância.

Constam, na **quarta seção do questionário**, os questionamentos mais relevantes sobre a comunicação da biblioteca com o público do EAD, sendo 13 questões individuais e uma pergunta coletiva. Quanto às questões direcionadas ao gestor do EAD, abordou-se sobre as **formas de acesso** dos acadêmicos aos serviços da Biblioteca, havendo várias opções para responder. Contudo, o gestor do EAD informou que apenas o Portal do Aluno viabiliza o acesso. Na análise documental, verificou-se outras formas do acadêmico ter acesso aos serviços do Sistema, como Site da Biblioteca e o Catálogo On-line.

A respeito da presença do bibliotecário(a) no setor do EAD para a **promoção dos serviços informacionais das bibliotecas**, foi confirmado que a gestão do Sistema de Bibliotecas opera de forma colaborativa sem a efetivação do profissional no setor. Já sobre a **relevância dos serviços da biblioteca** para o setor do EAD, a afirmação positiva na resposta permitiu compreender que a biblioteca, de forma geral, cumpre seu papel em disponibilizar conteúdos e serviços informacionais à comunidade usuária, tornando-se um atributo relevante para a instituição.

Na última questão, da quarta seção, direcionada ao gestor de EAD, havia o intuito de entender sobre os **principais atributos de uma biblioteca para o acadêmico do EAD**, logo, uma questão aberta. A resposta obtida foi: “*Acesso à informação, oportunidade de pesquisa, conhecimento, etc.*”. Considerando essa afirmativa, Santos *et al.* (2018) salienta que a biblioteca tem comprometimento com a construção do conhecimento e que a comunicação de seus recursos, bem como a

interação com o público, precisa estar salientado em um plano de comunicação.

Em relação às questões individuais respondidas pela gestão da Biblioteca, foi constituído um rol de oito perguntas a fim de compreender como o Sistema está operando sua comunicação com os acadêmicos de EAD. Sobre o atendimento a este contingente de acadêmicos, foi questionado se o **Sistema de Bibliotecas atende os diversos Polos** que pertencem à Instituição, sendo confirmado que as Bibliotecas operam de forma centralizada no atendimento das demandas dos acadêmicos do EAD, por meio da unidade sede. A centralização dos serviços permite criar uma padronização e melhorar o fluxo operacional; contudo, a integração das equipes é importante para que as demandas sejam plenamente atendidas.

Na pergunta que abordava se os cursos do EAD **demandam serviços e produtos**, e quais seriam esses cursos, foi indicado que sim, os cursos do EAD demandam o desenvolvimento de serviços e produtos do Sistema e que os cursos da área de saúde são os que mais solicitam. Essa afirmativa se confirma ao analisar o portfólio de serviços descritos no site da biblioteca; em complemento a esta questão, foi solicitado identificar quais os cursos que demandam mais serviços da Biblioteca, sendo respondido que os cursos da área da saúde (Medicina, Biomedicina, Enfermagem, Fisioterapia e Nutrição) exigem mais serviços. Contudo, conforme a regulamentação do EAD, alguns desses cursos não operam na modalidade a distância, mas podem utilizar os 40% de semipresencialidade.

Quanto ao que foi respondido pela bibliotecária na quarta seção do questionário, obteve-se o seguinte:

- ✓ Existe um Plano de Comunicação do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano com a comunidade usuária (acadêmicos e professores)? Se sim, esse Plano de Comunicação contempla os acadêmicos do EAD?
- ✓ Existe integração do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano com o Marketing Institucional para a divulgação de serviços e produtos da biblioteca?
- ✓ O Sistema Integrado de Bibliotecas Claretiano utiliza os dados da central de matrículas para desenvolver as estratégias de comunicação com os acadêmicos, principalmente, os ingressantes?

- ✓ O Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano disponibiliza um canal de atendimento específico com os acadêmicos do EAD?
- ✓ Existe integração do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano com o Marketing Institucional para divulgação de serviços e produtos da biblioteca?

As três primeiras perguntas foram respondidas como negativa, ou seja, não existe um plano de comunicação integrado com o marketing da instituição que contemple trabalhar com os dados das matrículas para criar estratégias de comunicação, principalmente, com os ingressantes.

Em relação à **disponibilização de um canal de comunicação específico da biblioteca com os acadêmicos do EAD**, embora seja uma afirmação, as análises das informações anteriores revelam que apenas dois canais de comunicação estão sendo utilizados para manter a interação da biblioteca com os acadêmicos (e-mail e o telefone). Não foi possível distinguir qual seria exclusivo para os acadêmicos do EAD.

A respeito da integração do marketing institucional para a divulgação dos serviços da biblioteca, a questão obteve uma resposta afirmativa, levando a considerar que o conjunto de informações encontradas no site da biblioteca é fruto dessa interação. O conjunto de perguntas permitiu compreender as características da Instituição pesquisada e as do *Sistema de Bibliotecas do Claretiano*, bem como a forma de comunicação utilizada com os acadêmicos em cada um dos setores (EAD e Biblioteca).

As informações disponibilizadas no site da Instituição e, principalmente, na página da biblioteca, permitiram complementar as análises e responder aos objetivos da pesquisa, conforme descrito no item a seguir.

7.8 ANÁLISES DOS DADOS EM RELAÇÃO AOS OBJETIVOS DA PESQUISA

As apurações dos dados com a aplicação do questionário e a revisão da literatura permitiram responder os objetivos da pesquisa em muitos aspectos. A centralidade do objeto da pesquisa - **como ocorre o processo de comunicação entre a biblioteca universitária e os acadêmicos do EAD** – e os objetivos específicos foram alcançados com a revisão de literatura, análise

documental e os resultados dos questionários aplicados. **Os objetivos específicos** – contextualizar a evolução da BU no atendimento às demandas de seus usuários e como se relaciona com o acadêmico do EAD; compreender as características do perfil dos acadêmicos do EAD; identificar se os gestores de EAD envolvem a biblioteca no direcionamento do projeto de interação com o acadêmico; verificar se os gestores de bibliotecas fazem uso do plano de comunicação.

Esses objetivos reforçam a importância da BU para o público-alvo, assim como as transformações digitais e comunicativas que essas unidades de informação utilizam para atender as demandas exponenciais do EAD e das novas gerações de nativos digitais.

Em relação ao objetivo de **contextualizar a evolução da BU no atendimento às demandas de seus usuários e como se relaciona com o acadêmico do EAD**, constatou-se - por meio da revisão de literatura - que as BUs se aprimoraram quanto ao atendimento ao público e, na atualidade, constituem na oferta de acervo e serviços digitais, utilizando recursos de comunicação digitais para interação com o público remoto.

Dentre as características do acervo e dos serviços da Biblioteca, cabe destacar que o *Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano* dispõe de uma estrutura moderna e contemporânea no setor de bibliotecas, que atende às demandas da comunidade usuária, vão ao encontro com as reflexões de Pereira (2016) quando se refere ao impacto e à importância dos serviços de biblioteca para o EAD.

Nessa mesma linha de pensamento, cabe destacar as observações de Silva e Gallotti (2019): embora exista boas práticas na prestação de serviços informacionais, a ausência de estudos mais abrangentes sobre esse tema limita compreender efetivamente a evolução desses serviços e, conseqüentemente, das bibliotecas.

Em relação à forma como a BU se **relaciona com usuário remoto**, constatou-se que os temas comunicação e os canais de comunicação são fatores pouco explorados. Embora os estudos sobre comunicação em unidades de informação sejam relevantes para o trabalho do bibliotecário na contribuição das estratégias de comunicação e da própria gestão, a utilização do cadastro dos acadêmicos ainda não é utilizada como fonte de informação primária, conforme, revela os dados da pesquisa aplicada e outras fontes.

Em relação ao objetivo de **compreender as características do perfil dos acadêmicos do EAD**, observou-se, por meio da análise do *Censo da Educação Superior*, que a maioria dos estudantes universitários ingressa no ensino superior com idade acima dos 18 anos e está entre 20 a 24 anos. Em 2019, das 8.450.755 matrículas, 3.446.573 pertencem a estudantes dessa faixa etária.

Apesar do *Censo da Educação Superior* não fornecer uma informação precisa sobre a faixa etária dos acadêmicos no EAD, é possível conjecturar que as matrículas estão concentradas em pessoas acima dos 20 anos, segundo as informações contidas no *Censo EAD.BR.* (2018, p. 52), que considera a idade dos alunos uma variável importante. A maior concentração está entre estudantes de 26 a 30 anos:

Os alunos que mais frequentemente optam por cursos totalmente a distância estão nas faixas entre 26 e 30 anos (39,3%) e 31 e 40 anos (37%), que, juntas, compõem 76,3% do alunado dessa modalidade. Os dados apresentados não surpreendem, visto que, em geral, esse público já está inserido no mercado de trabalho e tem compromissos relativos à subsistência de sua família; a escolha por essa modalidade, portanto, provavelmente ocorre em virtude da flexibilidade de horário e de acesso possibilitada pela EAD.

Verificou-se, com base nesse resultado e no *Estudo das Gerações*, que a grande representatividade dos acadêmicos no EAD compreende as gerações Z e *Millennials*, que surgem com o marco global do advento da *internet* e se caracterizam como nativos digitais, ou seja, indivíduos que cresceram em meio a um mundo em que a tecnologia digital se proliferava.

Em relação ao objetivo de **identificar se os gestores de EAD envolvem a biblioteca no direcionamento do projeto de interação com o acadêmico**, destaca-se no estudo aplicado que o bibliotecário atua como agente colaborador no desenvolvimento da indicação bibliográfica das bibliografias básicas e complementares dos cursos do EAD, bem como apoia o trabalho de validação do Núcleo Docente Estruturante dos Cursos. Embora o acadêmico obtenha apenas o resultado final desse trabalho dos gestores (EAD e Biblioteca), a interação efetiva do setor de Bibliotecas não está comprovada com esse tipo de usuário.

Com base na análise de dados dos questionários, constatou-se que o traço marcante das características do *Claretiano* é que dispõe de gestores para as áreas do EAD e da Biblioteca, a Biblioteca opera em sistema integrado e a Instituição está investida na oferta do EAD desde 2004, alcançando um número

superior de acadêmicos no EAD, mostrando a tendência de expansão do EAD no Brasil.

Com base na análise das informações do Catálogo Institucional, verificou-se que a Instituição oferta cursos de graduação a distância desde 2004 e que já utiliza os 40% de semipresencialidade autorizado pela Portaria 2117/2019 nos cursos de graduação presencial.

A conclusão dos questionamentos aplicados ao gestor do EAD tinha por intuito compreender se a instituição considera os serviços da biblioteca um fator relevante para o EAD, tendo em conta como positivo pelo respondente, que descreveu “acesso à informação, oportunidade de pesquisa, conhecimento, entre outros” como os principais atributos de uma biblioteca EAD.

Considerando esta afirmativa, Santos *et al.* (2018) salienta que a biblioteca tem comprometimento com a construção do conhecimento e que a comunicação de seus recursos e a interação com o público precisa estar salientado em um plano de comunicação.

Como ambiente de construção do conhecimento, as bibliotecas devem se comunicar ativamente com seus usuários. Este é o primeiro aspecto a ser exercitado entre os próprios usuários e entre eles e os bibliotecários para que a gestão dos dispositivos de web social se configure. (SANTOS *et al.*, 2018, p. 32).

Relativamente aos questionamentos aplicados ao responsável pela biblioteca nessa seção, observou-se que os cursos de EAD demandam serviços e produtos específicos da biblioteca, e que os cursos que mais consomem esses serviços são os da área da saúde. Ressalta-se que a instituição opera com a oferta de cursos semipresenciais cujos cursos da área da saúde fazem parte.

Em relação ao objetivo específico de identificar **se as bibliotecas utilizam plano de comunicação**, verificou-se nessa pesquisa – tanto na parte de revisão bibliográfica quanto na coleta de dados – que as ações de interação e utilização de canais de comunicação são ainda restritas as BUs. Como resultado, tem-se a confirmação de que o *Sistema de Bibliotecas do Claretiano* não utiliza o rol de opções de canais de comunicação utilizados pelo Setor do EAD, conforme registra a apuração dos dados.

Em relação ao plano de comunicação, este não está consolidado efetivamente pela biblioteca, contudo existem ações integradas com o setor de

Marketing que viabilizam a comunicação da biblioteca com os diversos públicos, com ênfase na divulgação das informações no site da biblioteca.

A comunicação no EAD utiliza canais digitais e **convencionais**, [12] como o telefone. O Sistema de Bibliotecas, por sua vez, utiliza canais de comunicação tradicionais (telefone e e-mail) para realizar o atendimento remoto aos acadêmicos do EAD, conforme ilustra a figura a seguir.

Figura 7 - Canais de comunicação utilizados no EAD X Biblioteca



Fonte: elaborada pela autora, Ilustração de Max Francioli (2021).

Conserando que o Setor de EAD utiliza mais opções de canais de comunicação em comparação com as opções utilizadas pela biblioteca, e em complemento a essa questão, as informações públicas disponíveis no site da instituição foram analisadas e possibilitaram constatar que o acadêmico dispõe de muitas informações. É possível perceber [13] que exista links dos serviços da biblioteca no *Portal do Aluno*, sobretudo acerca dos recursos informacionais assinalados que requerem confirmação de inscrição de matrícula.

No rol de opções, o gestor do EAD sinalizou que interage com os acadêmicos por meio SMS, e-mail, telefone, *chat*, *WhatsApp*. Contudo, a biblioteca, por sua vez, utiliza apenas e-mail e telefone como recurso de comunicação. Muriel-Torrado e Macedo (2016), ao estudarem as formas de contato das bibliotecas com

seus usuários, constataram que os canais mais utilizados para contato on-line são chat, e-mail, formulário de contato, *Skype* e *WhatsApp*.

Sobre o *WhatsApp*, Muriel-Torrado e Macedo (2016) afirmam ser pouco explorado pelas bibliotecas, e que o atendimento personalizado por meio desse aplicativo pode ajudar na interação e divulgação dos serviços. Já em relação aos serviços de *chat*, há contato através da rede com mensagens instantâneas, podendo ser utilizado como ferramenta de suporte para se fazer uma entrevista de referência, por exemplo. Com base, novamente, no estudo de Muriel-Torrado e Macedo (2016), apenas 14% das 50 (cinquenta) bibliotecas pesquisadas utilizam esse recurso. Oliveira (2017) reforça que o uso do *WhatsApp* em bibliotecas é uma experiência de sucesso, e recomenda que as bibliotecas adotem o aplicativo como um canal efetivo de comunicação com os usuários.

Com os resultados desses questionamentos, conclui-se que o sistema de bibliotecas da instituição opera a comunicação com os acadêmicos do EAD utilizando apenas e-mail e telefone, ou seja, de forma convencional.

No intuito de compreender como as demandas dos cursos do EAD impulsionam o processo de comunicação no *Sistemas de Bibliotecas do Claretiano* com os acadêmicos, visto que a maioria das matrículas registradas no *Censo da Educação Superior* de 2019 é na modalidade a distância, esses acadêmicos talvez não estão presentes no ambiente físico das bibliotecas integrantes do Sistema e talvez não utilizam apenas canais convencionais para comunicação.

Considerando os apontamentos de Vieira, Varvaks e Forest (2017) de que as bibliotecas necessitam estruturar formas de atendimento aos usuários remotos, o aluno do EAD é um usuário remoto, podendo – durante a sua formação – não acessar fisicamente o ambiente da biblioteca que o serve, pois

As bibliotecas que não utilizam plataformas móveis para atender o usuário podem estar excluindo alguns e minimizando o uso do acervo e dos serviços de informação. Para tanto, é preciso conhecer a comunidade. Uma biblioteca que não atende o usuário móvel numa comunidade de usuários que, majoritariamente, utiliza o DM²⁵ para acessar à rede, talvez tenha prejuízo em suas operações (VIEIRA; VARVAKS; FOREST, 2017, p. 21).

Em relação à existência de um plano de comunicação e integração

²⁵ Dispositivo móvel.

da biblioteca com o setor de marketing para a promoção dos serviços e produtos, foi constatado a inexistência de ambos. Silva e Nogueira (2016) ratificam sobre a importância da comunicação nas bibliotecas por se tratar de um processo complexo que envolve a comunicação da instituição como um todo, devendo ser articulada institucionalmente. Na pesquisa, Silva e Nogueira (2016, p. 93) enfatizam que

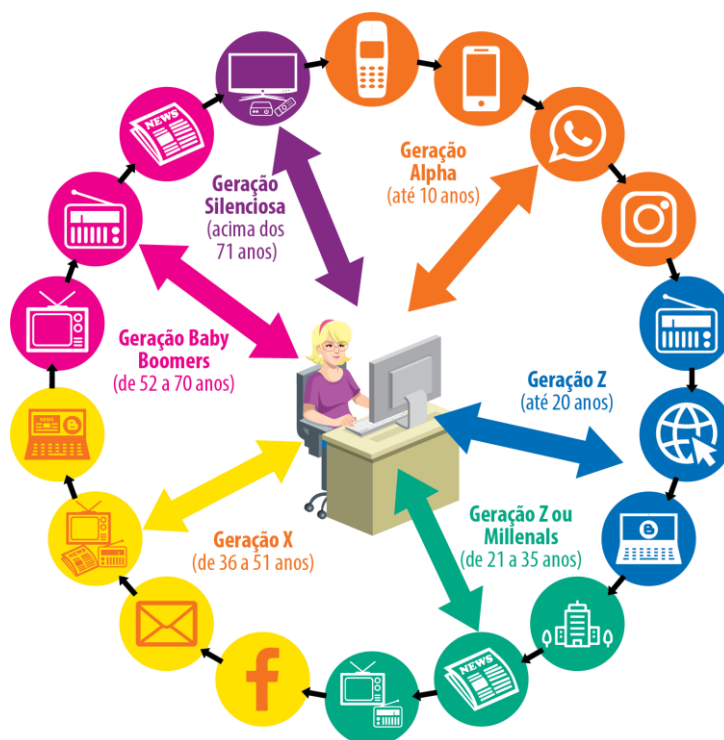
No Brasil, não é comum uma biblioteca, seja ela de qualquer tipo, possuir um departamento específico para cuidar do planejamento e da gestão da comunicação. Tampouco há estudos, publicados, disponíveis e com acesso fácil acerca do processo de comunicação em bibliotecas no Brasil. Tais afirmações são baseadas em buscas e observações que vêm sendo empreendidas desde 2005 em pesquisas acerca da temática que liga comunicação e biblioteca.

Nesse sentido, compreender a importância da comunicação no âmbito das BUs, sobretudo com os acadêmicos do EAD, pressupõe-se a necessidade de se estabelecer um plano de comunicação. Contudo, a elaboração de um plano de comunicação demanda efetivo envolvimento de profissionais da comunicação e de firmamento de parcerias entre a biblioteca e demais setores da Instituição.

Assim, a presente pesquisa se propôs a investigar como ocorre o processo de comunicação da BU com o acadêmico do EAD e, como os resultados identificados na revisão de literatura, e no estudo de caso aplicado as BUs estão em constante transformação; a comunicação tradicional está dando lugar para a comunicação digital e ferramentas do marketing são utilizadas, conforme representado na figura a seguir²⁶.

²⁶ Contexto dos canais de comunicação elaborado pela autora, com ilustração de Max Francioli

Figura 8 - Canais de comunicação das BUs X Gerações



Fonte: elaborada pela autora, (2021).

A biblioteca, no desenvolvimento do processo de comunicação com sua comunidade usuária, percebe as diferenças dos perfis dos acadêmicos com base em várias questões e fatos elencados no *Censo da Educação Superior* e no *Censo.EAD.BR*, sendo uma delas a faixa etária do universitário brasileiro, permitindo relacionar os melhores canais de comunicação para promover a interação da biblioteca com o acadêmico. Embora não sendo determinante para a escolha das estratégias de comunicação com o público-alvo, compreender como as pessoas, nas diversas gerações, utilizam os canais comunicativos colabora na melhoria da integração, principalmente, do ambiente remoto.

O conjunto de questões, as análises e a literatura sobre o tema permitiram atingir o objetivo central dessa pesquisa ao identificar que as BUs utilizam canais de comunicação convencionais e digitais para promover o acesso aos seus recursos.

Em relação aos objetivos específicos, foi possível compreender algumas características do perfil dos acadêmicos do EAD no Brasil, com base nas análises dos *Censo da Educação Superior* e *Censo EAD BR*, que revelam que a

faixa etária dos universitários é diversificada englobando representantes das Gerações Silenciosa, Baby Boomers, Geração X, Y e Z.

Esse contingente de pessoas possui preferências específicas por canais de comunicação, conforme descrito na figura 8. Existe, contudo, a facilidade das BUs em lidar com vários perfis de usuários. Essa facilidade está amparada em sua própria evolução e em sua característica adaptativa para suprir às demandas de seus usuários independentemente da forma de acesso (presencial ou remoto).

Outra constatação que se apura com esse estudo gira em torno dos esforços que devem ser feitos para que os gestores de BU utilizem, como estratégia de atendimento, as demandas expressivas do setor de EAD e a adoção de um plano de comunicação que contribua com a interação da biblioteca com o acadêmico de forma institucionalizada.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A transformação digital na área educacional tem impactado na mudança do comportamento informacional dos acadêmicos, sobretudo os que escolhem a modalidade do ensino a distância. Essas transformações também direcionam as BUs a pensarem em processos de comunicação que atendam à diversidade de perfis das gerações consumidoras do EAD.

Nessa perspectiva, nota-se a expansão do EAD como uma tendência, conforme se observa nos dados oficiais do Censo e nas inúmeras publicações sobre o tema. Ressalta-se que, no momento presente, essa tecnologia permitiu às IES a continuarem com as aulas remotas nos cursos presenciais.

Considerando os objetivos dessa pesquisa em buscar de compreender como ocorre a comunicação da biblioteca universitária com o acadêmico do EAD, obteve-se um recorte da revisão de literatura, que direcionou para as concepções e ferramentas do marketing digital, bem como a elaboração de plano de comunicação. Compreendeu-se que a estratégia de comunicação precisa ser absorvida pelos gestores das BUs para a implementação de um plano de comunicação eficiente, na construção de canais ou na utilização de plataformas de comunicação com o aluno, sem limite de tempo ou espaço, oferecendo ao público-alvo o portfólio de serviços absorvidos pelos alunos dos cursos presenciais.

Ao abordar acerca das características do perfil dos acadêmicos do EAD, destacou-se que estes são pertencentes a todas as gerações, e que o corte abrange a *Geração Silenciosa*, *Baby Boomers*, *Geração X*, *Y* e *Z*, posto que a maioria encontra-se nas IES privadas utilizando canais de comunicação de acordo com suas experiências e acesso.

Sobre o desenvolvimento das BUs, destaca-se a característica adaptativa e de utilização das tecnologias para ofertas de serviços e produtos em atendimento às demandas de seus usuários. Embora o fator de comunicação ainda não esteja plenamente atendido no que se refere ao perfil dos acadêmicos do EAD, o incremento de canais digitais de comunicação é percebido no relato de estudos diversos a esta pesquisa.

Em relação aos direcionamentos da utilização de um plano de comunicação no âmbito das BU podemos considerar que este instrumento estratégico viabilizaria atender as demandas comunicacionais das unidades de

informação com seu público, sendo uma ação incipiente, visto poucos relato de sua utilização, sugerimos ampliar a investigação iniciada nessa pesquisa em estudos futuros.

O estudo das gerações colaborou na compreensão das tendências e preferências de cada geração para, assim, identificar quais canais de comunicação são mais apropriados para atender aos vários perfis que se apresentam. Entender o comportamento dos universitários no Brasil e as formas como se comunicam por meio da tecnologia é importante e, para as Bus, é salutar, e que, nessa dissertação, foi amplamente comentado.

Nesse cenário de expansão do EAD e o alto fluxo de demandas de recursos informacionais gerados pelos acadêmicos, torna-se fundamental que as BUs associem o plano de comunicação com a comunidade usuária por meio de políticas de comunicação estabelecidas. Afinal, quando o acadêmico consegue comunicar-se de modo efetivo com a biblioteca, não terá apenas acesso às obras que colaborarão com a pesquisa que estiver realizando para determinada tarefa, mas aprenderá, também, sobre novos saberes, pois ninguém, após acessar o saber, prossegue sendo a mesma pessoa. E a biblioteca, certamente, é o portal da ressignificação humana pelo saber.

É certo afirmar que o processo inverso também ocorre, quando o acadêmico por meio de suas necessidades informacionais e de feedback alimenta a BU nas descobertas de novas formas de comunicação e interação com seu público.

No desenvolvimento e fechamento dessa pesquisa, outros questionamentos surgiram e lacunas que direcionam a proposta de estudos futuros e complementações para o quadro evolutivo da BU em relação ao atendimento às demandas comunicacionais com o perfil dos acadêmicos do EAD.

Embora a pesquisa aplicada em apenas uma Instituição tenha esclarecido a formulação central da pesquisa, em saber como ocorre o processo de comunicação da BU com os acadêmicos do EAD, ela limita a inferir se, em todas as Bus, a forma de comunicação se dá apenas de forma convencional (telefone e e-mail).

Esse fato colabora para propor a aplicação da pesquisa em um grupo maior de Instituições do seguimento privado que detém o maior número de matrículas na modalidade do EAD, portanto, terá maior representatividade de acadêmicos em todas as faixas etárias.

Compreendemos que a faixa etária, é apenas um elemento a ser considerado no desenvolvimento do processo de comunicação e interação da BU com seu público, podendo, assim, essa pesquisa avançar futuramente buscando identificar o comportamento do acadêmico do EAD na busca informacional e a forma como as BU desenvolvem os serviços destinados a este perfil de usuário.

REFERÊNCIAS

ALVES, João Roberto Moreira. A história do EAD no Brasil. In. LITTO, Fredric Michael; FORMIGA, Manuel Marcos Maciel (ORG.). **Educação a distância: o estado da arte**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009. Disponível em: http://www.abed.org.br/arquivos/Estado_da_Arte_1.pdf. Acesso em: 28 jun. 2020.

ALVES, Sérgio Rodrigues. **Dicionário de tecnologia educacional: terminologia básica apoiada por micromapas**. São Paulo: Perse, 2011. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=fLlxDwAAQBAJ&pg=PA12&dq=comunica%C3%A7%C3%A3o+ass%C3%ADncronas+e+s%C3%ADncronas&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwj467zJrcbvAhVMHbkGHdNrBigQ6AEwAXoECAUQAg#v=onepage&q=comunica%C3%A7%C3%A3o%20ass%C3%ADncronas%20e%20s%C3%ADncronas&f=true>. Acesso em: mar. 2021.

ARAÚJO, Verônica Danieli Lima; GLOTZ, Raquel Elza Oliveira. O letramento digital como instrumento de inclusão social e democratização do conhecimento: desafios atuais. **Revista Educação Pública**, Disponível em: <https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/14/26/o-letramento-digital-como-instrumento-de-inclusatildeo-social-e-democratizaccedilatildeo-do-conhecimento-desafios-atuais>. Acesso em: fev. 2021.

ARAÚJO, E. A.; OLIVEIRA, M. A produção de conhecimentos e a origem das bibliotecas. In: CENDÓN et al. **Ciência da informação e biblioteconomia: novos conteúdos e espaços de atuação**. Belo Horizonte: UFMG, p. 29- 44. Cap. 2, 2005. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=UGrv24g0-u8C&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Acesso em: jul. 2020.

ASHRAF, Rida. Multigenerational Employees: Strategies for Effective Management. **Internacional Journal of economics & management sciences**, [S.l.], v. 7, n. 3, 2018. DOI 10.4172/2162-6359.1000528. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/326575223_Multigenerational_Employees_Strategies_for_Effective_Management. Acesso em: 28 jun. 2020.

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. Definição de marketing. Disponível em: <https://www.bh1.com.br/administracao-de-marketing/o-conceito-de-marketing/>. Acesso em: mar. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. **Censo EAD.BR: relatório analítico da aprendizagem a distância no BRASIL 2013**. Curitiba: Ibpex, 2014. Disponível em: http://www.abed.org.br/censoead2013/CENSO_EAD_2013_PORTUGUES.pdf. Acesso em: abr. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. **Censo EAD.BR: relatório analítico da aprendizagem a distância no BRASIL 2014**. Curitiba: Ibpex, 2014. Disponível em:

<http://www.abed.org.br/censoead2014/CensoEAD2014_portugues.pdf>. Acesso em abr. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. **Censo EAD.BR**: relatório analítico da aprendizagem a distância no BRASIL 2015. Curitiba: Ibpex, 2014. Disponível em: <http://abed.org.br/arquivos/Censo_EAD_2015_POR.pdf>. Acesso em abr. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. **Censo EAD.BR**: relatório analítico da aprendizagem a distância no BRASIL 2016. Curitiba: Ibpex, 2014. Disponível em: <http://abed.org.br/censoead2016/Censo_EAD_2016_portugues.pdf>. Acesso em abr. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. **Censo EAD.BR**: relatório analítico da aprendizagem a distância no BRASIL 2017. Curitiba: Ibpex, 2014. Disponível em: <<http://www.intersaberes.com/censo2017/>>. Acesso em abr. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. **Censo EAD.BR**: relatório analítico da aprendizagem a distância no BRASIL 2018. Curitiba: InterSaber, 2019. Disponível em: <http://abed.org.br/arquivos/CENSO_DIGITAL_EAD_2018_PORTUGUES.pdf>. Acesso em abr. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. **Censo EAD.BR**: relatório analítico da aprendizagem a distância no BRASIL 2019. Curitiba: Ibpex, 2014. Disponível em: <http://abed.org.br/arquivos/CENSO_2019-2020_PT-BR_e-book.zip>. Acesso em abr. 2021.

AYROSA, Eduardo; BARROS, Denise Franca; SAUERBRONN, Fernanda Filgueiras. **Marketing**. Rio de Janeiro: FGV, 2015. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=6S-HCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em 25 jul. 2020.

BANCHER, Flávia. **A queda do Muro de Berlim e a representação da história**. São Paulo: ateliê Editorial, 2003.

BARBOSA, Rosane de Oliveira. A autoavaliação institucional da educação a distância na UCP. In. SEGENREICH, Stella Cecilia Duarte; BUSTAMANTE, Silvia Branco Vidal. (Org.). **Políticas e práticas da Educação a Distância (EaD) no Brasil**: entrelaçando pesquisas. Rio de Janeiro: letra Capital, 2013. p. 227-254.

BELLONI, Maria Luiza. Educação a distância e inovação tecnológica. **Trab. educ. saúde**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 187-198, Mar. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-77462005000100010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 22 jul. 2020.

BELLONI, Maria Luiza. **Educação a distância**. 4.ed. Campinas: Autores

Associados, 2006.

BERNARDY, Tatiane Atanásio dos Santos et al. **Gerações, perfil de carreira profissional e o programa de desenvolvimento industrial catarinense – PDIC 2022/FIESC**: resultados esperados pelas indústrias do Município de Caçador/ SC. Erechim: Deviant, 2017.

BERNARDO, V. **Educação a distância**: fundamentos. Universidade Federal de São Paulo UNIFESP, 2004.

BIANCO, NELIA R. Del. Aprendizagem por rádio. In. LITTO, Fredric Michael; Formiga, Manuel Marcos Maciel (Org.). **Educação a distância**: o estado da arte. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009. p. 56-64. Disponível em: <<https://www.livredocencia.com/home/educacao-distancia-o-estado-da-arte-volume-1-e-2-download-gratuito/>>. Acesso em: abr. 2020.

BORDENAVE, Juan E. Diaz, **Além dos meios e mensagens**: introdução à comunicação como processo, tecnologia e ciência. Petrópolis: Vozes, 1998.

BORDENAVE, Juan E. Diaz, **O que é comunicação**. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1983.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. **Parecer CNE/CES nº 326/2001**, aprovado em 21 de fevereiro de 2001 - Credenciamento do Centro Universitário Claretiano, por transformação da União das Faculdades Claretianas – Unidade I, localizada no município de Batatais, no Estado de São Paulo e renovação do reconhecimento de cursos. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=159461-pces0326-01&category_slug=abril-2020-pdf&Itemid=30192>. Acesso em: dez. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Portaria nº 684, de 26 de maio de 2017**. Disponível em: <<https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&data=29/05/2017&pagina=23>>. Acesso em dez. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Instrumento de avaliação de cursos de graduação: presencial e a distância**. Brasília, 2015. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/educacao_superior/avaliacao_cursos_graduacao/instrumentos/2015/instrumento_cursos_graduacao_publicacao_agosto_2015.pdf>. Acesso em: jun. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Instrumento de avaliação de cursos de graduação: presencial e a distância**. Brasília, 2012. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/educacao_superior/avaliacao_cursos_graduacao/instrumentos/2012/instrumento_com_alteracoes_maio_12.pdf>. Acesso em: jun. 2020.

BRASIL. SISTEMA NACIONAL DE AVALIAÇÃO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR – SINAES. **Instrumento de avaliação de cursos de graduação presencial e a distância**: autorização. Brasília, 2017. Disponível em:

<http://download.inep.gov.br/educacao_superior/avaliacao_cursos_graduacao/instrumentos/2017/curso_autorizacao.pdf>. Acesso em: jun. 2020.

BRASIL. SISTEMA NACIONAL DE AVALIAÇÃO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR – SINAES. **Instrumento de avaliação de cursos de graduação presencial e a distância: reconhecimento e renovação de reconhecimento**. Brasília, 2017. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/educacao_superior/avaliacao_cursos_graduacao/instrumentos/2017/curso_reconhecimento.pdf>. Acesso em: jun. 2020

BRASIL. INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Sinopse Estatística da Educação Superior 2018**. Brasília: INEP, 2014-2017. Disponível em: <<http://inep.gov.br/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>>. Acesso em: abr. 2020.

BRASIL. INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Sinopse Estatística da Educação Superior 2018**. Brasília: INEP, 2019. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/basica-censo-esdcolar-sinopse-sinopse>>. Acesso em: 20 abr. 2021.

BRASIL. **Lei n. 10.172, de 9 de janeiro de 2001**. Aprova o Plano Nacional de Educação e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/leis_2001/l10172.htm>. Acesso em: 23 mai. de 2020.

BRASIL. **Lei n. 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm>. Acesso em: abr. 2020.

BRASIL. **Decreto 2.494, de 10 de fevereiro de 1998**. Regulamenta o Art. 80 da LDB (Lei n.º 9.394/96). Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/D2494.pdf>>. Acesso em: abr. 2020.

BRASIL. **Portaria n. 301, de 7 de abril de 1998**. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/port301.pdf>>. Acesso em: abr. 2020.

BRASIL. **Decreto 9.235, de 15 de dezembro de 2017**. Dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação das instituições de educação superior e dos cursos superiores de graduação e de pós-graduação no sistema federal de ensino. Disponível em: <https://abmes.org.br/arquivos/legislacoes/Decreto_9235-2017_%20Referente-regulacao_supervisao-avaliacao-IES_e-cursos-graduacao_pos.pdf>. Acesso em: abr. de 2020.

BRASIL. **Lei n. 11.096, de 13 de janeiro de 2005**. Institui o programa Universidade para Todos – PROUNI, regula a atuação de entidades beneficentes de assistência social no ensino superior; altera a Lei nº 10.891, de 9 de julho de 2004, e dá outras providências. Brasília (DF): presidência da República, 2005. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/l11096.htm>. Acesso

em: 23 jul. 2020.

BRASIL. **Decreto n.5.622, de 19 de dezembro de 2005**. Regulamenta o art. 80 da Lei n. 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/dec_5622.pdf>. Acesso em: abr. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **O que é educação a distância**. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/escola-de-gestores-da-educacao-basica/355-perguntas-frequentes-911936531/educacao-a-distancia-1651636927/12823-o-que-e-educacao-a-distancia>>. Acesso em: jun. 2020

BUSTAMANTE, Silvia Branco Vidal. EAD e mudança de referencial do professor. In LITTO, Fredric Michael; Formiga, Manuel Marcos Maciel (Org.). **Educação a distância: o estado da arte**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009. p. 213-226.

CLARETIANO. CENTRO UNIVERSITÁRIO. **Catálogo Institucional do Claretiano - Centro Universitário**. Disponível em: <<https://claretiano.edu.br/claretiano/catalogo>>. Acesso em abr. 2020.

CORRÊA, Elizabeth Saad. A comunicação na sociedade digitalizada: desafios para as organizações contemporâneas. In. KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Comunicação organizacional estratégica: aportes conceituais e aplicados**. São Paulo: Summus, 2016. E-book.

CORSTEN, Michael. **Karl Mannheims Kulturosoziologie**. Eine Einführung, Frankfurt/Nova York, Campus, 2010.

CUNHA, Murilo Bastos da. Construindo o futuro: a biblioteca universitária brasileira em 2010. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 29, n. 1, p. 71-89, jan./abr. 2000. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/ci/v29n1/v29n1a8.pdf>>. Acesso em: jul. 2020.

CUNHA, Murilo Bastos da. A biblioteca universitária na encruzilhada. **DataGramZero**, n. 6, v. 11, 2010. Disponível em: <<https://brapci.inf.br/index.php/res/v/7266>>. Acesso em: abr. 2020.

CRESWELL, Jhon. M. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens**. 3. ed. Porto Alegre: São Paulo: Penso, 2014. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=Ymi5AwAAQBAJ&pg=PA62&dq=CRESWELL,+I.+M.+Projeto+de+pesquisa&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiSxZmDtP3qAhXpH7kGHcOaBs4Q6AEwAnoECAUQAg#v=onepage&q=CRESWELL%2C%20I.%20M.%20Projeto%20de%20pesquisa&f=false>>. Acesso em: 23 jul. 2020.

CROCCO, Luciano *et al.* **Fundamentos de marketing: conceitos básicos**. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=ijhnDwAAQBAJ&pg=PP1&dq=Fundamentos+de+marketing:+conceitos+b%C3%A1sicos&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwirnqmn->>

vzqAhWNGbkGHZ-

5AhwQ6AEwAnoECAUQAg#v=onepage&q=Fundamentos%20de%20marketing%3A%20conceitos%20b%3%A1sicos&f=false>. Acesso em: 22 jul. 2020.

DALAL, Roshen. **A compacta história do mundo**. São Paulo: Universo dos Livros, 2016. Disponível em:

<<https://books.google.com.br/books?id=tllrDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=A+compacta+hist%C3%B3ria+do+mundo&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiWuqy2-vzqAhV3HbkGHRU7BuQQ6AEwAHoECAYQAg#v=onepage&q=A%20compacta%20hist%C3%B3ria%20do%20mundo&f=false>>. Acesso em: 23 jul. 2020.

DAMIAN, Ieda Pelógia Martins.; SILVA, Rafaela Carolina da; SANTOS NETO, João Arlindo dos. Serviço de referência e informação no contexto da hibridez em bibliotecas. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 19, n. 00, p. e021007, 2021. DOI: 10.20396/rdbci.v19i00.8664478. Disponível em:

<<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8664478>>. Acesso em: 21 abr. 2021.

DOURADO, Luiz Fernandes; CATANI, Afrânio Mendes; OLIVEIRA, João F. de. Transformações recentes e debates atuais no campo da educação superior no Brasil. In. DOURADO, Luiz Fernandes; CATANI, Afrânio Mendes. **Políticas e gestão da educação superior**: transformações recentes e debates atuais. São Paulo: Xama, 2003.

FAVA, Rui. **Educação 3.0**: aplicando o PDCA nas Instituições de Ensino. São Paulo: Saraiva, 2014.

FAVA, Rui. **Educação para o século XXI**: a era do indivíduo digital. São Paulo: Saraiva, 2017.

FAVERO, Maria de Lourdes de Albuquerque. A universidade no Brasil: das origens à Reforma Universitária de 1968. **Educar**, Curitiba, n. 28, p. 17-36, 2006. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/er/n28/a03n28.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

FAUSTINO, Paulo. **Marketing digital na prática**: como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos. São Paulo: DVS, 2019. Disponível em:

<<https://books.google.com.br/books?id=xxKdDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Marketing+digital+na+pr%C3%A1tica&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiu2q3F-vzqAhVfK7kGHbYmBz0Q6AEwAHoECAQQAg#v=onepage&q=Marketing%20digital%20na%20pr%C3%A1tica&f=false>>. Acesso em: 22 jul. 2020.

FISBLOW, Albert. **Trinta anos combatendo a inflação no Brasil**: do Paeg ao Plano Real. In. Moura, Alkimar R. Paeg e Real: dois planos que miudaram a economia brasileira. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

FRAGOSO, Maria da Graça. Casas de livros ou simplesmente...Bibliotecas. **Presença Pedagógica**, v. 2, supl. 1979.

FURTADO, Cassia Cordeiro. Geração Alpha e a leitura literária: os aplicativos de literatura – serviços incentivam a prática. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 15, n. esp. Melhores trabalhos CBBB, 2019. Disponível em: <<https://brapci.inf.br/index.php/res/download/134556>>. Acesso em: 24 jul. 2020.

GIOLO, Jaime. Educação a distância no Brasil: a expansão vertiginosa. **RBPAE** - v. 34, n. 1, p. 073 - 097, jan./abr. 2018. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/rbpae/article/view/82465/48878>>. Acesso em: jul. 2020.

GONÇALVES, Vinicius. Gerações em trânsito. **Revista Consumidor Moderno**, São Paulo, n. 244, mar. 2019. Disponível em: <<https://digital.consumidormoderno.com.br/geracoes-em-transito-ed244/>>. Acesso em: mai. 2020.

GRUBB, Valewrie M. **Conflito de gerações**: desafios e estratégias para gerenciar quatro gerações no ambiente de trabalho. São Paulo: Autêntica Business, 2018. Página 31-34

HEMPE, Clea; Nogueira, Jorge Orlando Cuellar. **Educação a distância e o perfil do aluno virtual**. Disponível em: <<http://www.sied-enped2016.ead.ufscar.br/ojs/index.php/2016/article/view/1902>>. Acesso em: abr. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Sistema IBGE de Recuperação Automática – SIDRA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua trimestral**: Tabela 5918 – população, por grupo de idade. Brasília, IBGE, 2021. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/5918#resultado>>. Acesso em: mar. 2021.

JESUS, Deise Loureno de; CUNHA, Murilo Bastos da. A biblioteca do futuro: um olhar em direção ao passado. **Inf. Inf.**, Londrina, v. 24, n. 1, p. 01 – 31, jan./abr. 2019. Disponível em: <<https://brapci.inf.br/index.php/res/download/110899>>. Acesso em: 5 jul. 2020.

KUSCHNIR, Maria Cristina Caetano. Estudos de coorte. *Resid Pediatr.* 2012;2(2):9-11

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: UFMG, 1999

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da Informação**. Brasília, DF: Briquet de Lemos/Livros, 2004.

LEVICKAITĖ, R. Generations X, Y, Z: How Social Networks form the Concept of the World Without Borders (The Case of Lithuania). **Journal Limes Cultural Regionalistics**, [S.l.], v. 3, n. 2, oct. 2010.

LIMA CARDOSO, André; SALVADOR, Daniel O.; SIMONIADES, Roberto. **Planejamento de marketing digital**. São Paulo: Brasport, 2015. E-book.

LITTO, Fredric Michael; FORMIGA, Manuel Marcos Maciel (Orgs.). **Educação a distância: o estado da arte**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009. Disponível em: <<https://www.livredocencia.com/home/educacao-distancia-o-estado-da-arte-volume-1-e-2-download-gratuito/>>. Acesso em: abr. 2020.

LITTO, Frederic Michael. As interfaces da EAD na educação brasileira. **Revista USP**, São Paulo, n. 100, p. 57-66, 2014. DOI 10.11606/issn.2316-9036.v0i100p57-66. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/76166>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

KOJIKOVSKI, Gian. Os millenius, lamentamos informar, são coisa do passado. **Revista Exame**, nov. 2017. Disponível em: <<https://exame.com/revista-exame/os-millennials-lamentamos-informar-sao-coisa-do-passado/>>. Acesso em: mai. 2020.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 35-61, 2014. DOI. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i2p35-61>>. Acesso em: abr.2020.

MAGALHÃES, Leandro Henrique. **Aspectos regulamentários da Educação a Distância no Brasil**. Londrina. Ed UnbiFil, 2020. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/1THfBd7VG-OPyNcx7IPRmkKyAmkdWD9yj/view>>. Acesso em jan. 2021.

MAIA, Carmem. **O ABC da EAD: educação a distância hoje**. São Paulo: Pearson, 2007.

MARCONDES, Carlos Henrique; MENDONÇA, Marília A.; CARVALHO, Suzana M. Serviços Web em bibliotecas universitárias brasileiras. **Perspect. ciênc. inf.**, Belo Horizonte, v.11 n.2, p. 174 -186, mai./ago.2006.

MARCONDES filho, Ciro. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Paulos, 2014.

MATTELART, Armand; MATEELART, Michele. História das teorias da comunicação. 16. Ed. São Paulo: Loyola, 2014.

MATTOS FILHA, Mara Helena Forny; CIANCONI, Regina de Barros. Cristérios, para avaliação de bibliotecas na Educação Superior a distância. **Informação & Informação**; v. 20, n. 3 (2015); 410 - 432]. Disponível em: <<https://brapci.inf.br/index.php/res/v/33375>>. Acesso em: 22 jul. 2020.

MCCRINDLE, M. **The ABC of the XYZ: understanding global generations**. Sydney:

UNSW Press, 2011. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/328347222_The_ABC_of_XYZ_Understanding_the_Global_Generations>. Acesso em: jul. 2020.

MELLO, Tânia Maria Gomes de; COSTA, Stella Regina Reis da. Avaliação da comunicação entre usuário e bibliotecário como fator crítico de sucesso na qualidade de trabalhos científicos: um estudo de caso do CEFET/RJ. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 10., 2014, Rio de Janeiro. Anais [...]. Rio de Janeiro: CNEG, 2014.

MEIR, Jacques. **As 6 características fundamentais da Geração Z**: pesquisa da Box 1824 com a McKinsey mostra porque a geração Z vai desconstruir a forma que consumimos e funcionar como a disrupção dos Millennials. 2020. Disponível em: <<https://www.consumidormoderno.com.br/2017/09/22/caracteristicas-fundamentais-geracao-z/>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

MORAES, Antônio Carlos Robert. **Território e história no Brasil**. São Paulo: Annablume, 2008. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=eqAPH1FETAC&printsec=frontcover&dq=Territ%C3%B3rio+e+hist%C3%B3ria+no+Brasil&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwi3z-Ok-_zqAhV1GLkGHZZBGoQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=Territ%C3%B3rio%20e%20hist%C3%B3ria%20no%20Brasil&f=false>. Acesso em: 20 jun. 2020.

MOISÉS, Massuad. **Dicionário de termos literários**. São Paulo Editora Cultrix 2004. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=0Pn4qAZ-QyoC&printsec=frontcover&dq=Dicion%C3%A1rio+de+termos+liter%C3%A1rios&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiX1qiU-_zqAhVaH7kGHYbsCdoQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q=Dicion%C3%A1rio%20de%20termos%20liter%C3%A1rios&f=false>. Acesso em: 21 jul. 2020.

MORAN, José. **O que educação a distância**, 2002. Disponível em: <<http://www2.eca.usp.br/moran/wp-content/uploads/2013/12/dist.pdf>>. Acesso em: 23 mai. 2020.

MORAN, José. Educação a distância mais focada em pesquisa e colaboração. In. FIDALGO, Fernando (Org.). **Educação a distância**: meios, atores e processos. Belo Horizonte: CAED-UFMG, 2013.

MORAN, José. Educação híbrida: um conceito-chave para a educação, hoje. In. BACICH, Lilian et al (Org.). **Ensino Híbrido**: personalizado e tecnologia da educação. São Paulo: Penso, 2015. p. 27-46.

MOURA, Adelina. Geração móvel: um ambiente de aprendizagem suportado por tecnologias moveis para a “geração polegar”. In. DIAS, P.; OSÓRIO, A. J., (org.) **Challenges 2009**: Atas da Conferência Internacional de TIC na Educação, 6, Braga, Portugal, 2009”. Braga: Centro de Competência da Universidade do Minho, 2009. ISBN 978-97298456-6-6. p. 49-77. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/10056/1/Moura%20%282009%29%20Challenges.pdf>>. Acesso em: 23 jul. 2020.

MURIEL-TORRADO, Enrique; MACEDO, Douglas D. J.; DUTRA, Moisés Lima. Serviços on-line das bibliotecas universitárias brasileiras. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 17, 2016, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2016. Disponível em: <http://200.20.0.78/repositorios/bitstream/handle/123456789/3591/2016_GT8-CO_07%20%281%29.pdf?sequence=1>. Acesso em: dez. 2020.

NEVES, Barbara Coelho. Aproximação conceitual e possibilidades do marketing digital: o bibliotecário estrategista em mídias sociais. **Pesq. Bras. em Ci. da Inf. e Bib.**, João Pessoa, v. 13, n. 1, p. 214-225, 2018. disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/index.php/pbcib/article/view/39354>>. Acesso em: abr. 2021.

NUNES, Martha Suzana Cabral; CARVALHO, Kátia de. As bibliotecas universitárias em perspectiva histórica: a caminho do desenvolvimento durável. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 21, n.1 , p. 173-193, jan./mar. 2016.

NUNES, Ivônio Barros. A História do EaD no mundo. In: LITTO, Fredric Michael; FORMIGA, Manuel Marcos Maciel (orgs.). **Educação a distância: o estado da arte**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009. Disponível em: <http://www.abed.org.br/site/pt/midiateca/bibliografia/527/2004/12/educacao_a_distancia_-_o_estado_da_arte>. Acesso em: 28 jun. 2020.

OLIVEIRA, Carlos Alberto; AZEVEDO Suami Paula. **Analfabetismo digital funcional: perpetuação de relações de dominação?** Revista Brasileira de Linguística, v.15, n. 2, 2007, p.101 – 112. Disponível em: <<http://professorcarlosoliveira.com/MDV/Carlos/RBL2007.pdf>>. Acesso em fev, 2021.
OCDE. **Eeducation at a glance 19**. Disponível em: http://download.inep.gov.br/acoes_internacionais/eag/documentos/2019/Country_Note_EAG_2019_Brasil.pdf>. Acesso em: mai. de 2020.

OLIVEIRA, Dennison de. **História do Brasil: política e econômica**. Curitiba: Intersaberes, 2012.

PALFREY, John; GASSER, Urs. **Nascidos na era digital: entendendo a primeira geração dos nativos digitais**. Porto Alegre: Artmed, 2011. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=LBQwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Nascidos+na+era+digital&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiGxsrW-_zqAhUVJrkGHb4RBb4Q6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=Nascidos%20na%20era%20digital&f=false>. Acesso em: 23 jul. 2020.

PRAKASAN, E. R.; SWARNA, T.; KUMAR, V. Human resource development in hybrid libraries. In: NATIONAL CONVENTION ON LIBRARY AND INFORMATION NETWORKING, 2. 2000, Madras, Chennai. Proceedings [...] Madras, Chennai, 2000.

PEREIRA, Teresa Avalos. O impacto da educação a distância nas bibliotecas universitárias. In. XIX Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias, 2016. Disponível em: <http://repositorio.febab.org.br/files/original/31/4472/SNBU2016_090.pdf>. Acesso

em: abr. 2021.

PETER, J. Paul; DONNELLY Jr, James. **Introdução ao marketing**: criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=iDhnDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Introdu%C3%A7%C3%A3o+ao+marketing:+criando&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwjMy73j-_zqAhXGGbkGHZv0AVYQ6AEwAHoECAYQAg#v=onepage&q=Introdu%C3%A7%C3%A3o%20ao%20marketing%3A%20criando&f=false/>. Acesso em: 23 jul. 2020.

PINHEIRO, Lena Vania. Campo interdisciplinar da Ciência da Informação: fronteiras remotas e recentes. In: PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro (Org.). **Ciência da Informação, Ciências Sociais e Interdisciplinaridade**. Brasília: Instituto Brasileiro de Informação em Ciências e Tecnologia / DEP/DDI, 1999

PINHO, J. B. **Comunicação em marketing**: princípios da comunicação mercadológica. Campinas: Papirus, 2001.

PRENSKY, Marc. **Nativos digitais, imigrantes digitais**. De On the Horizon (NCB University Press, v.9, n. 5, out. 2001. Disponível em: <https://colegiongeracao.com.br/novageracao/2_intencoes/nativos.pdf>. Acesso em: jun. 2020

REIS, Juliani Menezes dos; BACKES, Luciana. Livros digitais e ensino superior: revisão de literatura. **Biblionline**, João Pessoa, v. 15, n. 2, p. 21-32, 2019. Disponível em: <<https://brapci.inf.br/index.php/res/download/120584>>. Acesso em: 05 jul. 2020.

RIBEIRO, Mariana Ambrósio; SILVA, Márcio Bezerra da. Sistema de automação de biblioteca: um estudo investigativo-literário. **ConCi: Conv. Ciênc. Inform.**, v. 2, n. 1, p. 42-65, jan./abr. 2019. Disponível em: <brapci.inf.br/index.php/res/download/140247>. Acesso em: 05 jul. 2020.

SANT'ANNA, Jorge. A Biblioteca universitária no presente: de labirinto à encruzilhada em busca da biblioteca híbrida. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 20, n. 1, p. 6-18, jan./abr., 2015. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/982>. Acesso em: 20 jun. 2020.

SANT'ANNA, Jorge. Trajetória histórica das Bibliotecas e o desenvolvimento dos serviços bibliotecários: da guarda informacional ao acesso. **Revista Digital Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 13, n 1, p. 138-156, 2015. Disponível em: https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1585/pdf_89. Acesso em: 22 de jul. 2020.

SANTOS, Raquel do Rosário et al. Expectativas dos usuários quanto ao desenvolvimento do dispositivo de comunicação da biblioteca universitária. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 23, n. 51, p.31-43, jan./abr., 2018. Disponível em:

<<https://www.redalyc.org/pdf/147/14753783004.pdf>>. Acesso em: abr. 2021.

SANTOS, Raquel do Rosário; GOMES, Henriquete Ferreira; DUARTE, Emeida Nóbrega. Processo dialógico entre bibliotecários e usuários: reflexão em torno da utilização dos dispositivos de comunicação da web social. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 21, n. 45, p. 115-129, jan./abr., 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2016v21n45p115>>. Acesso em: 23 mai. 2020.

SANTOS, Raquel Rosário; DUARTE, Emeide Nóbrega Duarte. Biblioteca universitária, um ambiente sistêmico propício ao acesso, ao uso e à apropriação da informação: contribuições da web social para esse ambiente. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 14, n. 1, jan./abr. 2018 |. Disponível em: <<https://brapci.inf.br/index.php/res/download/44050>>. Acesso em: 01 ago. 2020.

SANTOS, Raquel do Rosário et al. Expectativas dos usuários quanto ao desenvolvimento do dispositivo de comunicação da biblioteca universitária. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 23, n. 51, p.31-43, jan./abr., 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2018v23n51p31>>. Acesso em: abr. 2021

SILVA, Gisele Farias da; GALLOTTI, Monica Marques Carvalho. O papel da Biblioteca e do Bibliotecário na Educação a Distância: caso na Biblioteca Sebastião Názaro do Nascimento no Instituto do Rio Grande do Norte. **Conhecimento em Ação**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 2, p. 89-110, jul./dez. 2019.

SILVA, Rose Mendes da; NOGUEIRA, Maria Francisca Magalhaes. Estudo de caso: a comunicação no Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Goiás. **Revista Panorama**, Goiás, v. 6, n. 1, 2016. Disponível em: <<http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/view/4861/2720>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

SILVA FILHO, Rubens da Costa. A biblioteca universitária híbrida como espaço de memória. **Revista ACB**: Biblioteconomia em Santa Catarina, n. 1, v. 23, p. 21-36, 2018. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1369>>. Acesso em: 20 mai. 2020.

SILVA, Ketia Kellen Araujo da; BEHAR, Patricia Alejandra. Alunos da EAD on-line do Brasil e competências digitais. **Revista EDaPECI**, São Cristóvão (SE), v. 19, n. 2, p. 21-39, maio/ago. 2019. DOI <http://dx.doi.org/10.29276/redapeci.2019.19.210742.21-39>. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/199281/001099561.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

SILVA, Rafaela Carolina; MELLO, Mariana Rodrigues Gomes; FORMENTINI, Rosângela; VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Biblioteca híbrida: uma perspectiva complexa. **XIX ENANCIB**, 2018. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/102453>>. Acesso em: 01 jun. 2020.

SILVA, Elaine Cristina de Souza; et al. **Estratégias de inovação em bibliotecas universitárias: foco nas gerações Y e Z**. COAIC, 2017. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/a0df/ae46915533ae34c6cece2d50bf71ff1bcc3a.pdf?_ga=2.35240993.1891498122.1596393706-269077598.1596393706>. Acesso em: mai. 2020.

SILVA FILHO, Rubens da Costa; MANGAN, Patrícia Kayser Vargas. **A biblioteca universitária híbrida no contexto da Web 2.0**. Canoas, Unilasalle, 2019. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/212683/001113461.pdf?sequencia=1>>. Acesso em: abr. 2021.

SILVA, Camila. **O perfil do estudante brasileiro**. Infográfico. Disponível em: <<https://www.navegg.com/blog/artigos/infografico-o-perfil-do-estudante-brasileiro/>>. Acesso em: mai. 2020.

SQUIRRA, S. **O século dourado: a comunicação eletrônica nos EUA**. São Paulo: Summus, 1995. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=sISJOsKoRoYC&pg=PA4&dq=O+s%C3%A9culo+dourado&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiAidSM_PzqAhUhCrkGHTpdARMQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=O%20s%C3%A9culo%20dourado&f=false>. Acesso em: 21 jun. 2020.

SOUZA, Maria Naires Alves de; COSTA, Rosane Maria; PAES, Denyse Maria Borges. Os serviços de informação na biblioteca de ciências da saúde da Universidade Federal do Ceará (UFC): reflexões sobre a avaliação da disponibilização e uso. **XVIII Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias**, 2014. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/10241/1/2014_eve_mnadsousa.pdf>. Acesso em: abr. 2021.

SOUZA, Otaviani Luciano. Cenários da educação a distância como política pública para a formação de professores da educação básica. In. SEGENREICH, Stella Cecilia Duarte; BUSTAMANTE, Silva Branco Vidal. (Org.). **Políticas e práticas da Educação a Distância (EaD) no Brasil: entrelaçando pesquisas**. Rio de Janeiro: letra Capital, 2013. p. 99-122.

TAPSCOTT, DON. **A hora da Geração Digital: como os jovens que cresceram usando a Internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Rio de Janeiro: Agir, 2010.

TERRA, Carolina Frazon. **Mídias sociais e agora?** São Paulo: Difusão, 2011.

VAZ, Corando Adolpho. **Os 8 Ps do marketing digital: o guia estratégico de marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2011.

VECHIATO, Fernando. **Encontrabilidade da informação: contributo para a uma conceituação no campo da Ciência da Informação**. 2013. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual

Paulista, Marília, 2013

VEIGAS, Patrícia Peixoto Carneiro; GOULART, Ilsa do Carmo Vieira. O estado da arte da produção acadêmica sobre o letramento digital na formação docente. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, Araraquara, v. 15, n. 1, p. 125-145, jan./mar. 2020. Disponível em: <<https://periodicos.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/12217/8801>>. Acesso em: 26 jul. 2020.

VIEIRA, Angel Fredd Godoy; VARVAKIS, Gregório; FORESTI, Fabricio. Perspectivas e desafios dos dispositivos moveis para as bibliotecas universitárias brasileiras. **Rev. Interam. Bibliot. Medellín**, Colômbia, v. 40, n. 3, p. 19-35, set./ dez. 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v41n1/0120-0976-rib-41-01-00019.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

ZOMER, Luisa Bunn; SANTOS, Aline Regina; COSTA, Kelly Cristina de Oliveira. O perfil de alunos do curso de administração: um estudo com base nas gerações X, Y, e Z. **Revista GUAL**, Florianópolis, v. 11, n. 2, p. 198-221, maio 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/gual/article/view/1983-4535.2018v11n2p198/36898>>. Acesso em: 7 jul.2020.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Regulamentação do EAD no Brasil

NORMATIVAS BRASILEIRAS QUE REGULAMENTAM O EAD – 1996-2021	
NORMA/ANO	SÍNTESE
Lei nº 9.394/1996	Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), reconhecendo a EaD como modalidade de ensino (art. 80).
Decreto 2.494/1998	Regulamenta o artigo 80 da LDB 9.394
Portaria 301/1998	Normatiza procedimentos de credenciamento de Instituições para oferta de cursos a distância
Decreto 2.561/1998	Altera a redação dos arts. 11 e 12 do Decreto n.º 2.494, de 10 de fevereiro de 1998, que regulamenta o disposto no art. 80 da Lei n.º 9.394, de 20 de dezembro de 1996.
Lei nº 10.172/2001	Regulamenta o PNE (2001-2010) com as diretrizes e metas para fomento e expansão da EaD.
Resolução 01/2001	Normas para o funcionamento dos cursos de pós-graduação.
Portaria 2253/2001	Autoriza a aplicação de disciplinas na modalidade a distância em cursos presenciais.
Portaria 335/2002	Institui a primeira comissão de especialistas para discutir amplamente a questão dos referenciais de qualidade para a educação a distância.
Lei nº 10.861/2004	Institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES).
Portaria 4.059/2004	Autoriza a oferta de disciplinas utilizando a Educação a Distância em cursos presenciais e revoga a Portaria 2253.
Portaria 4.361/2004	Revoga a Portaria 301 e normatiza procedimentos de credenciamento de Instituições para oferta de cursos a distância.
Decreto nº 5.622/2005	Regulamenta o artigo 80 da LDB 9394/96, que trata da EaD no nível superior e revoga o Decreto 2494 e o Decreto 2561.
Decreto 5.773/2006	Estabelece os princípios da regulação, supervisão e avaliação de IES e cursos superiores de graduação e sequenciais no sistema federal de ensino.
Portaria MEC N° 873/2006	Autoriza, em caráter experimental, as Instituições Federais de Ensino Superior para a oferta de cursos superiores a distância.
Decreto 5.800/2006	Dispõe sobre a criação do Sistema Universidade Aberta do Brasil.
Portaria Normativa 02/2007	Dispõe sobre os procedimentos de regulação e avaliação da educação superior a distância e determina a necessidade do credenciamento prévio do polo para oferta de cursos.
Resolução 01/2007	Trata das normas para os cursos de pós-graduação em nível de especialização e altera a Resolução 01 de 03 de abril de 2001.
Lei nº. 11.502/2007	Amplia a competência da CAPES.
Parecer CNE/CES 195/2007	Diretrizes para a elaboração, pelo INEP, dos instrumentos de avaliação para credenciamento de

NORMATIVAS BRASILEIRAS QUE REGULAMENTAM O EAD – 1996-2021	
NORMA/ANO	SÍNTESE
	IES para a oferta de cursos superiores na modalidade a distância.
Portaria 1047/2007	Aprova diretrizes para os instrumentos de avaliação para o credenciamento de IES e Polos de Apoio Presencial para a modalidade educação a distância.
Portaria 1051/2007	Aprova o instrumento de avaliação do INEP para autorização de curso superior na modalidade a distância.
Decreto nº 6.303/2007	Altera o Decreto 5622 e o Decreto 5773 e estabelece exigência de polos presenciais para a EaD.
Portaria MEC nº 40/2007	Institui o e-MEC, sistema eletrônico de fluxo de trabalho e gerenciamento de informações relativas aos processos de regulação da educação superior no sistema federal de educação (revisada em 2010).
Decreto 6316/2007	Estipula as atribuições da DED/CAPEES no âmbito do Sistema UAB.
Portaria nº 318/2009	Estabelece a UAB como um programa permanente da Diretoria de Educação a Distância da CAPES, transferindo a operacionalização da UAB para a competência da CAPES.
Decreto nº 7.480/2011	Reestrutura o setor responsável no MEC pela ativação, supervisão e regulação em EaD, extinção da SEED/MEC e transferência das diretorias para a SERES/MEC.
Lei nº 13.005/2014	Aprova o Plano Nacional de Educação PNE.
Parecer CNE/ CES 564/2015	Diretrizes e Normas Nacionais para a oferta de Programas e Cursos de Educação Superior na Modalidade a Distância
Resolução CNE/CES 01/2016	Estabelece Diretrizes e Normas Nacionais para a Oferta de Programas e Cursos de Educação Superior na Modalidade a Distância (novo marco regulatório da EaD).
Nota Técnica Nº4/2017/COREAD/DIREG/SERES	Proposta de revogação da Instrução Normativa SERES, N. 1/2013.
Decreto Nº 9.057/2017	Regulamenta a oferta de cursos a distância na educação básica e superior.
Portaria Normativa Nº 11/2017	Estabelece as normas para os processos de credenciamento de Instituições de educação a distância.
Parecer CNE CES Nº 462/2017	Normas referentes à pós-graduação stricto sensu no país.
Portaria 2117/2019	Dispõe sobre a oferta de carga horária na modalidade de Ensino a Distância - EaD em cursos de graduação presenciais ofertados por Instituições de Educação Superior - IES pertencentes ao Sistema Federal de Ensino.

Fonte: MEC, 2020.

APÊNDICE B - Instrumento de Coleta de dados – Questionário Eletrônico – Biblioteca

Seção 1 de 5

Pesquisa de Mestrado em Ciência da Informação

Gostaríamos de convidá-lo para participar da pesquisa "A comunicação da Biblioteca com o acadêmico do EAD" que está sendo desenvolvida no âmbito do Mestrado em Ciência da Informação da Universidade Estadual de Londrina. O objetivo da pesquisa é "compreender como ocorre o processo de comunicação entre a biblioteca e o os acadêmicos do EAD".

Após a seção 1 Continuar para a seção seguinte

Seção 2 de 5

Perfil - Pessoal e profissional

Descrição (opcional)

Idade

- Até 20 anos
- 21 a 30 anos
- 31 a 40 anos
- 41 a 50 anos
- 51 a 60 anos
- Acima de 61 anos

Qual curso de graduação você se formou? Qual foi a Instituição formadora?

Texto de resposta longa

Você possui curso de pós-graduação? Se sim, , identifique o tipo

- Lato sensu - especialização
- Stricto sensu (mestrado)
- Stricto sensu (doutorado)
- Stricto sensu (Mestrado profissional)
- Outra opção...

Qual o tempo de atuação que você possui como gestora do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano?

- Até 3 anos
- 03 a 5 anos
- Acima de 5 anos

Secção 3 de 5

Caracterização dos serviços para o EAD



Descrição (opcional)



O Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano, atende diversos Polos?

- Sim, atende
- Não, atende somente alguns Polos

Em média, quantos académicos são atendidos pelo Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano?

- Até 1000
- 1000 a 5000
- 5000 a 10000
- Acima de 100000

Os cursos EAD demandam serviços e produtos do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano?

- Sim
- Não
- Não sei responder

Se sim, identifique qual os cursos que demandam mais serviços da Biblioteca

Texto de resposta longa

Secção 4 de 5

Caracterização do Acervo e dos Serviços do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano

Descrição (opcional)

Qual o tipo de acervo bibliográfico a Instituição disponibiliza aos acadêmicos?

- Acervo Virtual
- Acervo digital (eletrônico)
- Acervo físico (impresso)
- Outro tipo de acervo

Quais recursos virtuais informacionais a Instituição disponibiliza aos acadêmicos

- Biblioteca Virtual Pearson
- Minha Biblioteca
- Biblioteca Grupo A
- Biblioteca Saraiva Digital
- Outros

A Instituição utiliza Base de Dados informacionais como recurso bibliográfico para os cursos?

- Sim
- Não
- Não sei responder

Se sim, qual dessas Bases de Dados estão disponíveis aos acadêmicos?

- Portal de Periódicos da Capes
- Bireme
- EBSCO
- Outras

Secção 5 de 5

Comunicação do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano

Descrição (opcional)

Existe um Plano de Comunicação do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano com a comunidade usuária (acadêmicos e professores)

- Sim
- Não
- Não sei responder

Se sim, este Plano de Comunicação contempla os acadêmicos do EAD?

- Sim
- Não

Se sim, este Plano de Comunicação contempla os acadêmicos do EAD?

- Sim
- Não
- Não sei responder

Existe interação do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano com o Marketing Institucional para divulgação dos serviços e produtos da Biblioteca?

- Sim
- Não
- Não sei responder

☰
Quais são os canais de comunicação que o Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano utiliza para se comunicar com a comunidade usuária (acadêmicos e professores) ?

- SMS
- Telegram
- e-mail
- Telefone
- Chat
- WhatsApp
- Redes sociais
- Mídias
- Outros

☰

O Sistema Integrado de Bibliotecas Claretiano utiliza os dados da Central de Matrículas para desenvolver as estratégias de comunicação com os acadêmicos (principalmente com os ingressantes)?

- Sim
- Não
- Não sei responder

O Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano disponibiliza um canal de atendimentos específico com os acadêmicos do EAD?

- Sim
- Não
- Não sei responder

APÊNDICE C - Instrumento de Coleta de dados – Questionário Eletrônico – EAD

Seção 1 de 4

Pesquisa de Mestrado em Ciência da Informação

Prezado Professor Ms. Evandro Luís Ribeiro
Gostaríamos de convidá-lo para participar da pesquisa "A comunicação da Biblioteca com o acadêmico do EAD" que está sendo desenvolvida no âmbito do Mestrado em Ciência da Informação da Universidade Estadual de Londrina. O objetivo da pesquisa é "compreender como ocorre o processo de comunicação entre a Biblioteca e os acadêmicos do EAD"

Após a seção 1 Continuar para a seção seguinte

Seção 2 de 4

Perfil - Pessoal e Profissional

Descrição (opcional)

Idade

- Até 20 anos
- 21 a 30 anos
- 31 a 40 anos
- 41 anos a 50 anos
- 51 a 60 anos
- Acima de 61 anos

Qual curso de graduação você se formou? Qual foi a Instituição formadora?

Texto de resposta longa

⋮

Você possui curso de pós-graduação? Se, sim, identifique o tipo

- Lato sensu - especialização
- Stricto sensu (mestrado)
- Stricto sensu (doutorado)
- Stricto sensu (Mestrado profissional)
- Outra

Qual o tempo como Gestor do EAD no Claretiano?

- Até 3 anos
- 03 a 5 anos
- Acima de 5 anos

Seção 3 de 4

Perfil dos Acadêmicos

Descrição (opcional)

Qual a quantidade de acadêmicos nos cursos de EAD no Claretiano?

- Até 1000
- 1000 a 5000
- 5000 a 10000
- Acima de 10000

Após a seção 3 Continuar para a seção seguinte

Secção 4 de 4

Caraterização do Acervo e Serviços do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano

Descrição (opcional)

Qual o tipo de acervo bibliográfico a Instituição disponibiliza aos académicos ?

- Acervo Virtual
- Acervo Digital (eletrónico)
- Acervo físico (impresso)
- Outra opção...

Quais recursos virtuais informacionais a Instituição disponibiliza aos académicos ?

- Biblioteca Virtual Pearson
- Minha Biblioteca
- Biblioteca Grupo A
- Biblioteca Digital Saraiva
- Outra opção...

A Instituição utiliza Base de dados informacionais como recurso bibliográfico para os cursos:

- Sim
- Não
- Não sei responder

...

Se sim, quais dessas Bases de Dados estão disponíveis?

Portal de Periódicos da Capes

Bireme

EBSCO

Outras

Outra opção...

O bibliotecário(a) participa no processo de indicação dos conteúdos bibliográficos?

Sim

Não

Não sei responder

...

As produções intelectuais dos docentes são direcionadas para o repositório Institucional?

- Sim
- Não
- Não sei responder

Como o acadêmico tem acesso aos Serviços da Biblioteca?

- Portal do Aluno
- Catálogo Online da Biblioteca
- Site da Biblioteca
- Não sei responder
- Outra forma

...

Existe um Bibliotecário alocado no setor do EAD para promoção dos serviços da Biblioteca?

- Sim
- Não
- Não sei responder

Considera que os serviços do Sistema Integrado de Bibliotecas é um fator relevante para o EAD do Claretiano?

- Sim
- Não
- Não sei responder

Se sim, descreva os principais atributos de uma biblioteca para o acadêmico do EAD?

Texto de resposta longa

APÊNDICE D – Análise das questões agrupadas

QUESTÕES	GESTOR DO EAD	GESTORA DO SISTEMAS DE BIBLIOTECAS	ANÁLISES
Características do Perfil Pessoal e Profissional			
Qual a sua idade?	41 a 50 anos	31 a 41 anos	Avaliando as respostas, constata-se que os gestores envolvidos atuam há mais de 3 (três) nas funções de chefia e coordenação, e têm idade entre 31 a 50 anos. Em relação à formação profissional, a gestora da Biblioteca é formada em Biblioteconomia e o Gestor do EAD possui duas formações – Pedagogia e Educação Física – e uma pós-graduação e mestrado acadêmico.
Qual curso de graduação você se formou? Em qual instituição?	Pedagogia e Educação Física, ambos no <i>Claretiano</i>	Biblioteconomia, na UFRJ	
Você possui curso de pós-graduação? Se sim, identifique o tipo.	Lato sensu, especialização Stricto sensu, mestrado	Não possui ou não informou	
É gestor do EAD no Claretiano há quanto tempo? É gestora do Sistemas de Bibliotecas há quanto tempo?	Acima de 5 anos	Até 3 anos	
Características dos Cursos e Acadêmicos do EAD			
Qual o número total de acadêmicos nos cursos de EAD no Claretiano? Em média, quantos acadêmicos são atendidos pelo Sistema Integrado de Bibliotecas?	Acima de 10.000	De 5.000 a 10.000	A afirmativa de que o Sistema de Biblioteca atende em média de 5.000 a 10.000 acadêmicos permite inferir que a frequência de utilização dos serviços da Biblioteca pelos acadêmicos do EAD é considerável, uma vez que, segundo os dados do <i>Censo da Educação Superior</i> , o <i>Claretiano</i> atingiu 25.791 matrículas apenas no EAD em 2019. Este contingente de usuários exige da BU desenvolver uma comunicação eficaz com sua comunidade usuária para atender às demandas informacionais que surjam.
Características do acervo e dos Serviços do Sistema de Bibliotecas			
Qual o tipo de acervo bibliográfico a instituição disponibiliza aos acadêmicos?	Acervo virtual Acervo digital (eletrônico) Acervo físico (impresso)	Acervo virtual Acervo digital (eletrônico) Acervo físico (impresso)	Foi indicado que o <i>Claretiano</i> disponibiliza três tipos de suportes de acervo bibliográficos para acadêmicos, virtual, digital e impresso. Conclui-se com essa questão o desenvolvimento evolução do Sistema e que transição do suporte

QUESTÕES	GESTOR DO EAD	GESTORA DO SISTEMAS DE BIBLIOTECAS	ANÁLISES
			físico para o digital se dá, possivelmente, em atendimento à implementação dos cursos do EAD.
Quais recursos virtuais informacionais a instituição disponibiliza aos acadêmicos?	Biblioteca Virtual Pearson Minha Biblioteca Biblioteca Virtual Senac	Biblioteca Virtual Pearson Minha Biblioteca Outros	Nesta questão, o Gestor do EAD informou que existe uma terceira Biblioteca Virtual disponível aos acadêmicos, fato este que contribui a considerar que a Instituição oferta vários recursos informacionais a sua comunidade acadêmica.
A instituição utiliza base de dados informacionais como recurso bibliográfico para os cursos?	Sim	Sim	Essa questão foi afirmativa, o que permite concluir que o <i>Claretiano</i> utiliza Base de Dados como recurso bibliográfico, utilizando nas bibliografias dos cursos a indicação de artigos de periódicos, teses, dissertações, apostilas e outros documentos como recomenda o MEC.
Se sim, quais dessas bases de dados estão disponíveis?	Portal de periódicos da Capes EBSCO	Portal de periódicos da Capes EBSCO Outras	Foi apurado que o <i>Claretiano</i> disponibiliza duas Bases de Dados, o Portal de Períodos da Capes e a EBSCO.
O(A) bibliotecário(a) participa no processo de indicação dos conteúdos bibliográficos?	Sim		Essa questão foi aplicada apenas ao Gestor do EAD, que afirma que o Bibliotecário(a) atua como agente colaborador no desenvolvimento da indicação bibliográfica dos cursos do EAD, colaborando desta forma na validação dos conteúdos bibliográficos junto ao Núcleo Docente Estruturante dos Cursos – NDE.
As produções intelectuais dos docentes são direcionadas para o repositório institucional?	Sim		Essa questão foi aplicada apenas ao Gestor do EAD, sendo afirmativa, que colabora na identificação da existência do Repositório Institucional.
Características dos canais de comunicação com os acadêmicos			
Como o acadêmico tem acesso aos serviços da biblioteca?	Portal do Aluno		Dentre as opções listadas, o Portal do Aluno foi indicado como única forma de acesso aos serviços da Biblioteca. Contudo, na análise documental, identificou-se outras formas do acadêmico de ter acesso aos serviços do Sistema Integrado de Bibliotecas do <i>Claretiano</i> , como Site da Biblioteca e o Catálogo

QUESTÕES	GESTOR DO EAD	GESTORA DO SISTEMAS DE BIBLIOTECAS	ANÁLISES
			On-line.
Existe um bibliotecário alocado no setor de EAD para promoção dos serviços da biblioteca?	Não		Essa questão foi aplicada para identificar se a Instituição utiliza os serviços do Bibliotecário para promoção dos recursos existentes no Sistema Integrado de Bibliotecas.
Considera que os serviços do Sistema Integrado de Bibliotecas é um fator relevante para o EAD do Claretiano?	Sim		A relevância dos serviços da BU ao EAD pode ser confirmada com a resposta do Gestor do EAD do <i>Claretiano</i> . A biblioteca cumpre seu papel em disponibilizar conteúdos informacionais e serviços sua comunidade usuária com acervo e serviços informacionais.
Se sim, descreva os principais atributos de uma biblioteca para o acadêmico do EAD?	Acesso à informação, oportunidade de pesquisa, conhecimento, etc.		Os principais atributos da biblioteca para o contexto do EAD, segundo o gestor, são acesso à informação, o apoio a pesquisa e ao desenvolvimento do conhecimento. Considerando esta afirmativa, Santos et al. (2018) salienta que a biblioteca tem comprometimento com a construção do conhecimento e que a comunicação de seus recursos e a interação com o público precisa estar salientados em um plano de comunicação.
Quais canais de comunicação são utilizados para a integração com o acadêmico[14]?	SMS E-mail Telefone Chat WhatsApp	E-mail Telefone	Como resultado, tem-se a confirmação de que o Sistema não utiliza o rol de opções de canais de comunicação utilizados pelo Setor do EAD, conforme registra a apuração dos dados. A comunicação usada no EAD são canais digitais e convencionas, como o telefone. O Sistema de Bibliotecas, por sua vez, utiliza canais de comunicação tradicionais (telefone e <i>e-mail</i>) para realizar o atendimento remoto aos acadêmicos do EAD.
O Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano atende diversos Polos?		Sim, atende	A confirmação de que as Bibliotecas operam de forma centralizada no atendimento às demandas dos acadêmicos do EAD, sendo o campus sede em Batatais-SP, onde se localiza o responsável essas

QUESTÕES	GESTOR DO EAD	GESTORA DO SISTEMAS DE BIBLIOTECAS	ANÁLISES
			demandas. A centralização dos serviços permite criar padronização e melhorar o fluxo operacional, contudo, a integração das equipes dos campi e do Polo é importante para que as demandas sejam plenamente atendidas.
Os cursos EAD demandam serviços e produtos do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano?		Sim	A resposta foi afirmativa, indicando que são desenvolvidos serviços e produtos informacionais para os cursos do EAD. Essa afirmativa se confirma ao analisar o portfólio de serviços descritos no site da biblioteca. Em complemento a esta questão, foi solicitado identificar quais os cursos que demandam mais serviços da Biblioteca, sendo respondido que os cursos da área da saúde (medicina, biomedicina, enfermagem, fisioterapia e nutrição) exigem mais serviços. Contudo, em observação à regulamentação do EAD, alguns desses cursos não operam na modalidade a distância, mas podem utilizar os 40% de semipresencialidade.
Se sim, identifique quais os cursos que demandam mais serviços da biblioteca.		Os cursos da área de saúde: Medicina, Biomedicina, Enfermagem, Fisioterapia e Nutrição	Nessa questão, constata-se que a maior demanda de atendimento aos cursos é da área de saúde. São cursos com maior duração, com atividades presenciais, e utilizam os serviços da biblioteca para realização de pesquisa.
Existe um Plano de Comunicação do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano com a comunidade usuária (acadêmicos e professores)? Se sim, esse Plano de Comunicação contempla os acadêmicos de EAD?		Não	A resposta foi negativa, o que reflete na forma convencional de canais de comunicação ^[5] utilizados pela biblioteca (telefone e e-mail), não sendo ofertado outras formas de comunicação, como por exemplo as redes sociais e os aplicativos.
Existe integração do Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano com o Marketing Institucional para divulgação		Não	A negativa na resposta reforça o entendimento de que o Sistema de Biblioteca, embora tenha a sua disposição canais digitais, tais como site da

QUESTÕES	GESTOR DO EAD	GESTORA DO SISTEMAS DE BIBLIOTECAS	ANÁLISES
de serviços e produtos da biblioteca?			biblioteca, catálogo on-line, espaço no Portal do Aluno e no Portal da Instituição, a interação com o Marketing Institucional não está atrelada para promover junto aos acadêmicos do EAD as potencialidades dos recursos da Biblioteca.
Quais são os canais de comunicação que o Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano utiliza para se comunicar com a comunidade usuária (acadêmicos e professores)?		E-mail Telefone	A biblioteca operacionaliza a comunicação de forma convencional com os acadêmicos.
O Sistema Integrado de Bibliotecas Claretiano utiliza os dados da central de matrículas para desenvolver as estratégias de comunicação com os acadêmicos (principalmente com os ingressantes)?		Não	Sendo a resposta negativa, constata-se que a fonte de cadastro das matrículas não é explorada pelo Sistema de Biblioteca para desenvolver as estratégias de comunicação.
O Sistema Integrado de Bibliotecas do Claretiano disponibiliza um canal de atendimento específico com os acadêmicos do EAD?		Sim	Embora seja uma afirmação, as análises das informações anteriores revelam que apenas dois canais convencionais estão sendo utilizados para interação da biblioteca com os acadêmicos.