



ISSN 2595-5519

## **MARKETING APLICADO ÀS BIBLIOTECAS: Percepção dos acadêmicos e professores da Faculdade AJES sobre a Biblioteca Virtual e o uso da tecnologia na educação**

Irafael Aparecido do Nascimento Peres<sup>1</sup>

Luca Eleto Vilarino Nunes<sup>2</sup>

Olivia Maria Simão<sup>3</sup>

Antonielle Pagnussat<sup>4</sup>

### **RESUMO**

O uso intensificado do ambiente web tem promovido uma mudança substancial na sociedade como um todo, provocando reflexos que englobam usuários e instituições, nos mais diferenciados segmentos sociais. As bibliotecas foram vistas como templos sagrados onde o conhecimento era armazenado, contudo, a era digital chegou também para elas, que passaram a ser uma fonte de informação acessível a todos. Nesta vertente do acesso à informação por meio dos acervos das bibliotecas digitais, este trabalho tem como objetivo realizar uma pesquisa com os acadêmicos e professores da Faculdade AJES, para analisar a qualidade e facilidade de acesso aos materiais digitais, disponibilizados na biblioteca virtual, comparando este ao acesso à biblioteca física, além de mensurar a quantidade de acadêmicos que acessam e se existe alguma dificuldade ou problema com tal acesso. Adicionalmente pretendeu-se colher informações acerca das possíveis melhorias que possam ser implantadas a partir das sugestões dos acadêmicos e professores. Esta pesquisa caracteriza-se como descritiva, de natureza aplicada que utiliza dados quantitativos para a mensuração dos resultados. A população e a amostra são compostas por acadêmicos e professores da Faculdade AJES, das unidades de Juína, Juara e Guarantã do Norte. Os questionários foram encaminhados de forma virtual, através do Google Forms, para 40 professores dos quais 18 responderam e para 850 acadêmicos dos quais 201 responderam a pesquisa. Os resultados apontam que quando o professor indica um livro da biblioteca virtual existe uma maior tendência à adesão por parte dos alunos. Entre os problemas apontados o principal é a qualidade da internet local que dificulta o uso da plataforma. De forma geral, acadêmicos e professores entendem a importância da ferramenta e de como o uso do acervo digital contribui para a condução do

---

<sup>1</sup> Acadêmico do II termo de Ciências Contábeis da Faculdade do Vale do Juruena – AJES. E-mail: irafael.peres.acad@ajes.edu.br

<sup>2</sup> Acadêmico do II termo de Ciências Contábeis da Faculdade do Vale do Juruena – AJES. E-mail: luca.nunes.acad@ajes.edu.br

<sup>3</sup> Acadêmica do II termo de Ciências Contábeis da Faculdade do Vale do Juruena – AJES. E-mail: olivia.simao.acad@ajes.edu.br

<sup>4</sup> Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT, Especialista em Auditoria e Finanças pela Faculdade do Vale do Juruena – AJES, Mestra em Ciências Contábeis pela FUCAPE Business School. Diretora Acadêmica, Coordenadora e professora do curso de Ciências Contábeis da Faculdade do Vale do Juruena – AJES. Email: antonielle@ajes.edu.br



ISSN 2595-5519

processo de ensino-aprendizagem, contudo são necessárias novas estratégias de marketing por parte da IES para que todo o público-alvo seja atingido.

**Palavras-chave:** Marketing. Biblioteca Virtual. Tecnologia.

## RESUMEN

El uso intensificado del entorno web ha propiciado un cambio sustancial en la sociedad en su conjunto, provocando reflejos que incluyen a usuarios e instituciones, en los más diversos segmentos sociales. Las bibliotecas eran vistas como templos sagrados donde se almacenaba el conocimiento, sin embargo, también ha llegado para ellas la era digital, quienes se han convertido en una fuente de información accesible para todos. En este aspecto del acceso a la información a través de los fondos de las bibliotecas digitales, este trabajo tiene como objetivo realizar una encuesta con académicos y profesores de AJES College, para analizar la calidad y facilidad de acceso a los materiales digitales, disponibles en la biblioteca virtual, comparando esta acceso a la biblioteca física, además de medir el número de académicos que acceden a ella y si existen dificultades o problemas con dicho acceso. Adicionalmente, se pretendía recabar información sobre posibles mejoras que se pueden implementar en base a las sugerencias de académicos y docentes. Esta investigación se caracteriza por ser descriptiva, de carácter aplicado que utiliza datos cuantitativos para medir los resultados. La población y muestra está compuesta por académicos y profesores del Colegio AJES, de las unidades Juína, Juara y Guarantã do Norte. Los cuestionarios se enviaron de forma virtual, a través de Google Forms, a 40 profesores de los cuales respondieron 18 y a 850 académicos de los cuales 201 respondieron la encuesta. Los resultados muestran que cuando el docente indica un libro de la biblioteca virtual hay una mayor tendencia a que los estudiantes se adhieran. Entre los problemas señalados, el principal es la calidad de Internet local que dificulta el uso de la plataforma. En general, académicos y docentes comprenden la importancia de la herramienta y cómo el uso de la colección digital contribuye a la conducción del proceso de enseñanza-aprendizaje, sin embargo, las IES necesitan nuevas estrategias de marketing para que todo el público objetivo esté alcanzado.

**Palabras clave:** Marketing. Biblioteca Virtual. Tecnología.

## 1 INTRODUÇÃO

O uso intensificado do ambiente web tem promovido uma mudança substancial na sociedade como um todo, provocando reflexos que englobam usuários e instituições, nos mais diferenciados segmentos sociais (SANTA ANNA e CONSOLAÇÃO DIAS, 2020). Dessa maneira, profissionais e instituições aderem a um ciclo de transformação que permite o acesso às informações de maneira rápida e sem restrições (SANTA ANNA, CONSOLAÇÃO DIAS e MACULAN, 2019).



ISSN 2595-5519

Em meio à pandemia do Covid-19, a utilização da web na disseminação das informações tem uma importância de proporções gigantescas. É evidente a necessidade de buscar novas maneiras de fazer o corriqueiro, e para aqueles que pretendem continuar atuando com sucesso o conceito mais importante é o de adaptabilidade (ANTUNES NETO, 2020). Na área da educação, adequar-se à nova realidade imposta pela pandemia do Covid-19, exige de professores e alunos uma adaptação ainda mais intensa, tendo em vista que o modo tradicional de ensinar e aprender não cabe mais no cenário atual (ANTUNES NETO, 2020). O professor, nos dias atuais, precisa dominar as fontes de informação, assim como o acesso, a seleção e o uso destas, tendo em vista que aulas dinâmicas, interativas e criativas atraem os aprendizes e os motivam a aprender (REIS, 2017).

Embora o ano de 2020 seja distinto de tudo aquilo que a humanidade já viveu, existem colocações acerca da importância da adaptação dos ambientes educacionais, tais como o de Carvalho e Kaniski (2000, p. 37) que datam do início do século XXI e que agora se transformam em verdades quase absolutas: “As bibliotecas saíram, ou devem sair, da postura armazenadoras de informações para assumir uma postura centrada no processo de comunicação, o que significa abandonar a filosofia de posse e investir na filosofia de acesso”.

Nesta vertente do acesso à informação por meio dos acervos das bibliotecas digitais, este trabalho tem como objetivo realizar uma pesquisa com os acadêmicos e professores da Faculdade AJES, para analisar a qualidade e facilidade de acesso aos materiais digitais, disponibilizados na biblioteca virtual, comparando este ao acesso à biblioteca física, além de mensurar a quantidade de acadêmicos que acessam e se existe alguma dificuldade ou problema com tal acesso. Outro ponto é o levantamento de informações junto aos professores acerca do uso do acervo virtual. Adicionalmente pretende-se colher informações acerca das possíveis melhorias que possam ser implantadas a partir das sugestões dos acadêmicos e professores.

Considerando o cenário de mudança na educação e a inserção da tecnologia de maneira cada vez mais corriqueira, este trabalho justifica-se pela importância de fomentar o uso dos acervos digitais como facilitador na disseminação de informações, tendo em vista que dessa forma, a biblioteca não fica limitada ao seu ambiente físico.

Neste trabalho foram utilizados os conceitos de marketing buscando entender como esta área do conhecimento pode contribuir para a melhoria da disseminação de informações acerca do uso da biblioteca virtual. A pesquisa possui base bibliográfica que visa ampliar os



ISSN 2595-5519

conceitos a respeito do uso das bibliotecas digitais, endomarketing para bibliotecas e também dos reflexos da pandemia do Covid-19, no segmento. A partir dos resultados deste estudo pretende-se despertar a atenção de alunos e professores para importância da utilização dos acervos das bibliotecas virtuais como ferramenta para a melhoria do processo de ensino aprendizagem, principalmente diante do cenário de constante mudança na educação, que se apresenta a partir do início da pandemia do Covid-19.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Bibliotecas tradicionais e digitais

As bibliotecas acadêmicas surgiram na Europa como as primeiras universidades, originárias das escolas medievais, em meio a transformações tecnológicas, político e econômicas, merecendo destaque neste processo a invenção da imprensa, no fim da Idade Média e início da Idade Moderna (SERAFIM, 2012). “A biblioteca tradicional (física) assume uma condição de provedora de acesso à informação, independentemente do formato em que seu acervo se encontra (impresso ou digital)”, (REIS, 2017).

A biblioteca escolar no século XXI diz respeito à construção de sentido e de novos conhecimentos e à construção de uma infraestrutura de informação e de recursos de informação para permitir isso. Esta é a ideia da biblioteca como um espaço de conhecimento, e não como um lugar de informação (TODD, 2011).

O espaço físico tão importante quando as primeiras bibliotecas foram pensadas, torna-se obsoleto quando os acervos passam a ser digitais, virtuais ou eletrônicos, possibilitando o acesso de seus usuários em qualquer tempo ou lugar (REIS, 2017; SANTA ANNA e CONSOLAÇÃO DIAS, 2020). No Quadro 1 são apresentadas as principais características das bibliotecas que não demandam espaço físico.

**Quadro 1 – Bibliotecas sem paredes**

TIPOS DE BIBLIOTECAS	CARACTERÍSTICAS
Biblioteca Eletrônica	Termo empregado há mais de 30 anos para definir uma biblioteca informatizada com equipamentos necessários ao seu funcionamento. Possuem computadores, terminais de acesso e catálogo automatizado (REIS, 2013; TAMMARO; SALARELLI, 2008). Essas bibliotecas “[...] não podem ser consideradas bibliotecas digitais, visto que, possuir equipamentos eletrônicos não caracteriza oferta de documentos digitais aos usuários.” (REIS, 2013, p. 76)
Biblioteca Digital	Está disponível em qualquer hora e em qualquer lugar (SAYÃO, 2009). Existem apenas em formato digital, ou seja, contêm a informação apenas em formato digital



ISSN 2595-5519

	(ROSETTO, 2008).
Biblioteca Virtual	O termo cunhado por Tim Bernes-Lee, mais antigo que o termo biblioteca digital e que foi muito utilizado para definir o novo conceito de biblioteca, “[...] materializa a visão de uma biblioteca como uma coleção de documentos ligados em rede, constituídos por objetos digitais e páginas Web produzidos por milhares de autores.” (TAMMARO; SALARELLI, 2008, p. 117). Para Tomaél <i>et al.</i> (2001, p. 3) “O termo biblioteca virtual, é um bom exemplo da dificuldade de conceituação das novas fontes. Basta consultar a literatura a respeito para verificar as várias acepções que o termo tem assumido.”.

Fonte: Adaptado de Reis, (2017).

A estrutura de uma biblioteca digital precisa possuir as mesmas funcionalidades da biblioteca tradicional, visto que uma é a evolução da outra (SANTA ANNA e CONSOLAÇÃO DIAS, 2020). Na literatura não existe um consenso adequado que de fato é uma biblioteca virtual ou digital, (TOMAÉL, *et al.*, 2001), contudo, em tempos de pandemia, muito mais importante que o conceito é o uso dessas bibliotecas (SANTA ANNA e CONSOLAÇÃO DIAS, 2020).

Em uma época de mudança educacional intensa e de profundo crescimento da informação acessível, de certa forma impulsionada pela tecnologia da informação em rede, colocam-se aos professores, alunos e bibliotecários desafios complexos e potencialmente em confronto, quanto ao futuro dos ambientes de informação nas escolas e universidades. É tempo de reconhecer o passado, refletir sobre os resultados e traçar um rumo para o futuro (TODD, 2011).

Pensar a biblioteca enquanto espaço de disseminação do conhecimento, é colocar este como a principal riqueza das nações, das empresas e das pessoas. Assim, o acesso ao conhecimento pode constituir também o principal fator de desigualdade entre as pessoas e cabe a professores e bibliotecários a missão de minimizar tal desigualdade por meio da facilitação do acesso aos acervos, por meio da orientação (PALETTA, 2019).

## 2.2 Marketing aplicado às Bibliotecas Virtuais

Marketing é a atividade, o conjunto de instituições e os processos voltados para a criação, captura, comunicação, distribuição e troca daquilo que tem valor para consumidores, clientes, parceiros e a sociedade em geral (LEVI, GREWAL, 2016)

Porém, Las Casas (2006, p. 30) propõe uma definição mais detalhada: “Marketing é a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores...”. Ainda de acordo com o autor o marketing visa alcançar determinados objetivos, e para isso considera



ISSN 2595-5519

sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem-estar da sociedade (LAS CASAS, 1989).

Segundo Kotler, 2003 “A função do marketing é criar e fornecer valor para os consumidores/clientes, definido como a combinação certa de qualidade, serviço e preço para o mercado-alvo”.

Porém observa-se que no contexto da atualidade, o conceito de marketing ainda é visto para fins mercadológicos, ou seja, como um processo de atração, conversão e retenção de clientes, para a agregação de valor sobre um determinado produto, serviço ou marca (AMARAL, 2008). Dessa forma é ainda um desafio, para os bibliotecários e profissionais da informação, levar o conceito de marketing do setor lucrativo às peculiaridades de bibliotecas e unidades de informação, principalmente no setor público, onde o marketing é aplicado de forma menos agressiva, e tem como objetivo a prestação de serviços à comunidade, acadêmica ou não. No entanto se observa que as bibliotecas universitárias e públicas conseguem fornecer inúmeros serviços à comunidade, mais para que se possam atingir algum objetivo, necessitam de investimentos em divulgação de seus serviços (AMARAL, 2008).

No Brasil, o *marketing* de bibliotecas e de unidades de informação ainda é incipiente. Algumas bibliotecas entendem *marketing* como promoção de seus produtos e serviços e praticam apenas o *marketing* direto. Ainda é raro biblioteca possuir plano de *marketing* estruturado (SILVA, 2008).

Na Sociedade atual nos deparamos com uma infinidade de serviços oferecidos por bibliotecas aos clientes. Diante desse cenário, observa-se que o *marketing* se torna imprescindível para a aproximação da empresa com seus clientes. As organizações dependem de informações atualizadas e de valor para a tomada de decisões, portanto a adoção de estratégias de *marketing* em serviços de informação será de grande valia tanto para as instituições quanto para os consumidores (SILVA, 2008).

Segundo Kotler e Lee (2008, p. 156) afirmam que “À comunicação de marketing é utilizada para informar, educar e, geralmente persuadir um mercado-alvo sobre um comportamento desejado”. A informação como recurso e o *marketing* como ferramenta na gestão de serviços de informação, estão relacionados ao interesse e necessidade de relacionamento com a comunidade, na capacidade de informar, na segmentação do mercado e na apresentação dos produtos e serviços (SILVA, 2008).



ISSN 2595-5519

Portanto é cada vez mais pertinente a aplicação dos conceitos do marketing nos setores sem fins lucrativos e que lidam com bens intangíveis, sendo esta a base para o marketing para serviços. No âmbito dos serviços bibliotecários especializados, inerentes às bibliotecas universitárias, não se admite mais, frente aos novos desafios que caracterizam o atual cenário da informação, uma visão estreita sobre o marketing. As bibliotecas devem ser consideradas um negócio, e como qualquer outro, deve estar voltado para as necessidades de seus clientes/usuários, se não quiserem perecer em um mercado cada vez mais competitivo (SERAFIM, 2012).

O grande potencial de melhoramento dos serviços de informação de bibliotecas, a abordagem do marketing não reflete a realidade vivida pela maior parte das bibliotecas. Sen (2006) esclarece que apesar da existência de esforços para o marketing, muitas vezes suprimidos por falta de recursos financeiros, há ainda uma grande parte dos administradores de bibliotecas que acham incompreensível sua aplicação para os serviços de bibliotecas, já que elas não visam ao lucro. Ainda prevalece entre seus líderes o marketing como sinônimo de vendas.

Porém em um contexto paralelo a isso, nos últimos anos as bibliotecas universitárias têm se preocupado em instalar no seu espaço físico as redes locais cabeadas, e também sem fio, que permitem aos usuários a conectividade e a mobilidade necessárias para ter acesso à Internet através da biblioteca. Este aspecto ajuda na promoção das bibliotecas como local que permite o acesso e a disseminação da informação entre os seus usuários (VIEIRA; CUNHA, 2013).

Nesta ótica, os aplicativos para redes sociais surgem como os mais populares no uso dos dispositivos móveis, pois envolvem o entretenimento e a comunicação dos usuários com os seus pares, porém esse consumo de conteúdo *on-line* já se faz perceptível também, nas Universidades Brasileiras que estão oferecendo cada vez mais livros eletrônicos na bibliografia dos cursos de graduação e pós-graduação. Assim, as bibliotecas universitárias anteriormente consideradas depositárias de conteúdo impresso estão procurando se adaptar a esta nova dinâmica incluindo serviços de acesso via dispositivos móveis cujo conteúdo digital seja formatado para estes aparelhos. (VIEIRA & da CUNHA, 2015)

Assim, para incrementar o *marketing* das bibliotecas torna-se necessário segmentar, e ao mesmo tempo criar uma precisão em termos de localização para saber quem são os usuários que a biblioteca recebe diariamente e qual o perfil em que eles se enquadram. Neste



ISSN 2595-5519

sentido, isto pode ser auxiliado pelos dispositivos móveis que oferecem aplicativos que tem como funcionalidade a geolocalização. Assim, o *marketing* digital das bibliotecas se beneficia da visibilidade desta aplicação, que utiliza os dispositivos móveis geolocalizados, para trazer para o contexto das bibliotecas um olhar diferente e próximo da sociabilidade que os usuários e bibliotecários ocasionalmente desfrutam na interação do cotidiano (VIEIRA & da CUNHA, 2013).

### 3 METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se como descritiva, de natureza aplicada que utilizará dados quantitativos para a mensuração dos resultados. A população e a amostra são compostas por acadêmicos e professores da Faculdade AJES, das unidades de Juína, Juara e Guarantã do Norte.

O estudo possui base bibliográfica que visa ampliar os conceitos a respeito do uso das bibliotecas digitais, endomarketing para bibliotecas e também dos reflexos da pandemia do Covid-19, no segmento. A partir do referencial teórico elaborou-se o questionário, embasado na pesquisa de Reis (2017), que foi aplicado por meio da plataforma Google Formulários aos professores da Faculdade AJES das Unidades de Juína, Juara e Guarantã do Norte e, em concomitância elaborou-se o questionário, embasado na pesquisa de Bandeira (2014), que foi aplicado por meio da plataforma Google Formulários aos acadêmicos da Faculdade AJES das Unidades de Juína, Juara e Guarantã do Norte, entre os dias 25/09/2020 e 20/10/2020.

Inicialmente serão apresentados os resultados do questionário aplicado aos professores. O questionário foi enviado para os 40 (quarenta) professores da instituição, e 18 (dezoito) deles responderam. Em seguida serão apresentados os resultados do questionário aplicado aos acadêmicos. O questionário foi enviado para os 950 (novecentos e cinquenta) acadêmicos regularmente matriculados, e houve 201 (duzentas e uma) respostas. A partir dos resultados das duas pesquisas será feita uma análise comparativa buscando entender a influência de um grupo sobre os hábitos de uso da Biblioteca Virtual do outro grupo. Os resultados seguem apresentados por meio de gráficos que visam facilitar a compreensão do leitor.



ISSN 2595-5519

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 4.1 Descrição da IES

A Faculdade de Ciências Contábeis e de Administração do Vale do Juruena – AJES, credenciada através da Portaria Nº. 1.227 de 14 de abril de 2005, publicada em Diário Oficial da União em 15 de abril de 2005, nascia trazendo à região noroeste do Mato Grosso, especificamente em Juína, seu primeiro Curso: o Curso de Bacharelado em Ciências contábeis, através da Portaria 1.228 de 14 de abril de 2005.

A primeira turma iniciou suas aulas no dia 08 de agosto de 2005, momento em que faltavam profissionais qualificados na área e que a região passava por dificuldades econômicas. Vencer esse período de transição com olhos no futuro proporcionou à Instituição a apresentação de uma nova proposta. Com efeito, o extrativismo mineral e vegetal deixava de ser a melhor forma de enriquecimento, e o conhecimento toma lugar de destaque nas regiões do Vale do Juruena e do Arinos.

Assim, os primeiros frutos da Instituição são 63 bacharéis em Contabilidade que atuam em toda a região de forma dinâmica e eficaz, respeitando as peculiaridades e vencendo de maneira sustentável as necessidades do noroeste mato-grossense.

A disponibilidade, a diversidade e a acessibilidade aos cursos atraem os jovens e tornam reais as possibilidades de profissionais qualificados permanecerem dispostos a servir as comunidades que vivem na região, motivos esses que permearam os interesses da Instituição ao oferecer os cursos de: Bacharelado em Ciências Contábeis, Bacharelado em Administração, Bacharelado em Direito, Bacharelado em Psicologia e Bacharelado em Enfermagem.

Atualmente, com a unificação da Faculdade de Ciências Contábeis e de Administração e do Instituto Superior de Educação (ISE), formando a Faculdade do Vale do Juruena, pela Portaria nº 127, de 26 de fevereiro de 2018, conforme publicada no Diário Oficial da União, — a IES se apresenta ainda mais forte, oferecendo também os seguintes cursos: Licenciatura em Letras, Licenciatura em Matemática, Licenciatura em Pedagogia, Licenciatura em História, Bacharelado em Serviço Social e Bacharelado em Fisioterapia. Seguidas pela AJES Juína, surgem também a Faculdade do Vale do Rio Arinos, em Juara, e a Faculdade Norte do Mato Grosso em Guarantã do Norte.



ISSN 2595-5519

A IES também oferece vários cursos de Pós-Graduação Lato Sensu em toda a região do Vale do Juruena e, ainda, por todo o Estado de Mato Grosso e Sudoeste do Pará.

#### **4.2 Ações Institucionais durante o período de pandemia do Covid-19**

No dia 17 de março de 2020 surge o primeiro caso confirmado de Covid-19 no município de Juína-MT. A partir de tal confirmação a Prefeitura do município publicou o Decreto N°403, de 18 de março de 2020, que entre outras medidas estabelecia a paralisação das aulas presenciais em toda a rede de ensino existente no município.

A partir do dia 19 de março as aulas presenciais foram paralisadas em todas as Faculdades AJES. A princípio a instituição pretendia adotar provisoriamente o sistema de aulas EAD, tendo em vista que, inicialmente as aulas haviam sido suspensas apenas por 15 dias. Olhando para o cenário de crescimento dos casos positivos de maneira exponencial a instituição começou a se preparar para adotar o ensino remoto, por meio das aulas síncronas.

De imediato os professores receberam uma breve capacitação com o objetivo de ensiná-los a usar a plataforma de videoconferência Zoom. A partir do dia 23 de março as aulas síncronas começaram a ser transmitidas, em seus referidos horário, via internet com acompanhamento pelos professores em tempo real. Além da plataforma Zoom, a instituição passou a utilizar o AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem) que inicialmente contemplava apenas as disciplinas da modalidade EAD, para, a partir de então, utilizar o ambiente como repositório de materiais de apoio às disciplinas. Além da disponibilização de materiais feita com antecedência, buscando com isso preparar o aluno, as aulas síncronas gravadas ficam disponíveis para que o aluno assista mais de uma vez caso ache necessário.

Muito embora os professores não estivessem inicialmente preparados para o novo método de ensino, os resultados foram bastante satisfatórios e não houve alteração no calendário acadêmico, encerrando-se o primeiro semestre no mês de julho, conforme o previsto. Ao longo do período entre os meses de março e julho os professores participaram de formações continuadas que tinham como objetivo auxiliar na familiarização como o uso da tecnologia no ambiente de ensino.

Durante o recesso dos acadêmicos entre um semestre e outro a instituição, mais uma vez, buscou ferramentas eficientes para dar continuidade à condução das aulas de forma remota. Para tanto foram contratados os serviços do Google e seu pacote completo de ferramentas, dentre as quais se pode citar como principais o Sala de Aula, o Google



ISSN 2595-5519

Formulário e o Meet. Os professores receberam capacitação para utilizar essas e outras ferramentas disponíveis. Além dos serviços mencionados a instituição contratou os serviços de um aplicativo de comunicação chamado de Classapp. Através dele é possível a comunicação entre instituição e aluno de forma que todas as informações a respeito de horário de aula, data de prova, e outras que sejam de interesse comum são enviadas diariamente fazendo com que o aluno crie uma rotina de estudos.

A contratação de tais serviços contribuiu para aumentar a qualidade dos serviços ofertados aos alunos, bem como para facilitar o trabalho dos professores.

### 4.3 Apresentação dos resultados

Tendo em vista a aplicação do questionário a professores e alunos, segue a análise das respostas por meio da apresentação de gráficos que visam facilitar a compreensão do leitor. Para que se crie uma rotina na análise dos resultados os mesmos são apresentados da seguinte forma: Descrição da pergunta; Apresentação do Gráfico; Discussão dos resultados.

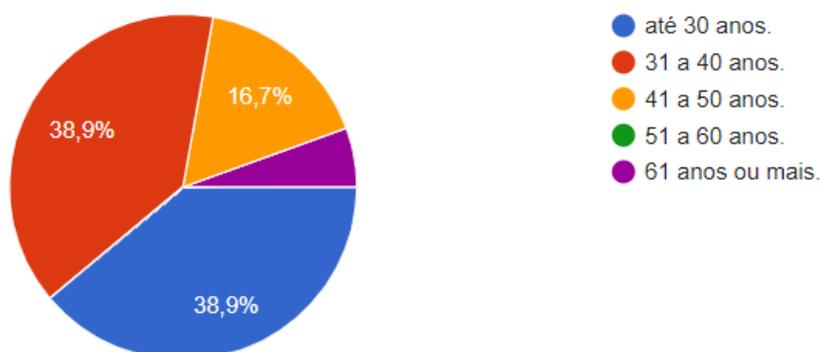
As perguntas 1, 2 e 3 pretendem identificar o perfil dos professores entrevistados, sendo que dos 40 professores para os quais o questionário foi enviado, houve apenas 18 respostas o que representa cerca de 45% da amostra.

A primeira pergunta se refere à idade do professor.

**Gráfico 1 – Idade dos professores**

Qual a sua Idade (anos):

18 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: O maior percentual de professores da IES tem até 30 anos de idade



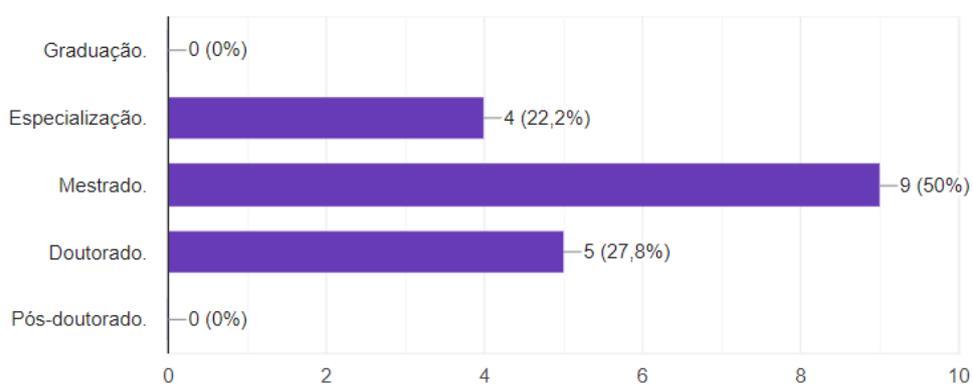
ISSN 2595-5519

De acordo com Parnaíba e Gobbi (2010) para entender como as tecnologias influenciaram a humanidade, existe uma divisão entre os nascidos pré e pós advento das tecnologias digitais. Para os nascidos pós advento das tecnologias digitais, o uso das mesmas flui de maneira natural, facilitando a adaptação de novas situações que demandem a utilização de ferramentas tecnológicas.

### Gráfico 2 – Formação dos professores

Qual é a sua formação profissional?

18 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Os professores mestres representam 50% do corpo docente da IES

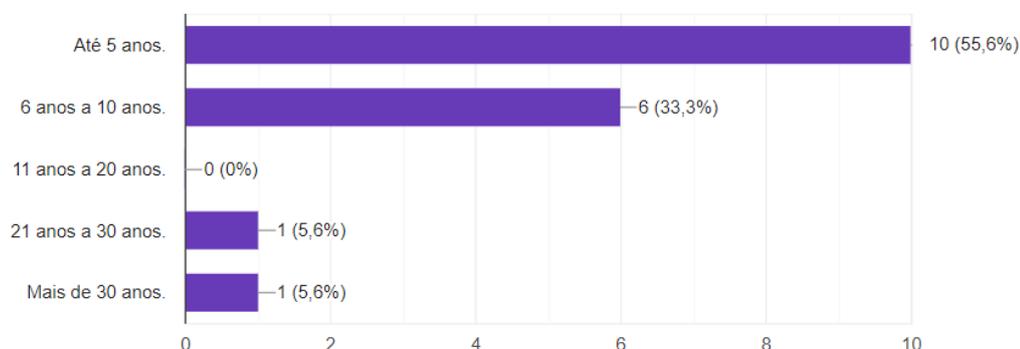
A legislação brasileira exige que nas faculdades e universidades exista um mínimo de 30% de mestres e doutores no corpo docente contratado.

A terceira pergunta indagou o tempo de atuação do professor na docência.

### Gráfico 3 – Tempo de atuação dos professores

Quanto tempo de serviço na docência?

18 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Cerca de 55% dos professores da IES estão na docência a no máximo 5 anos. Essa resposta confirma a idade dos professores que aparece no Gráfico 2.



ISSN 2595-5519

Gráfico 4 – Conhecimento dos livros digitais

Conhece livros digitais? -

18 respostas

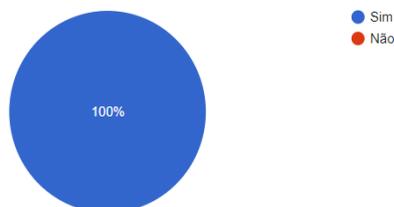
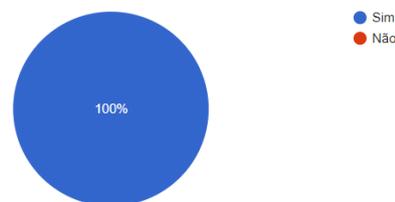


Gráfico 5 – Utilização dos livros digitais

Tem o hábito de utilizar livros digitais?

18 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

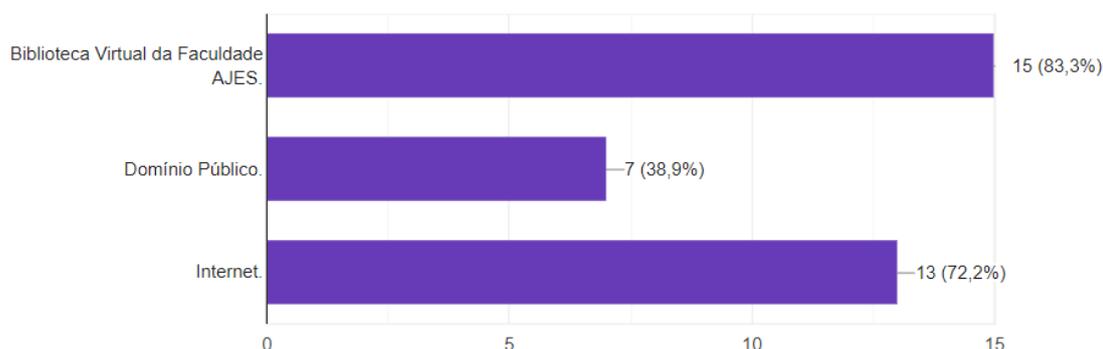
Nota: Nas respostas 100% dos professores afirma conhecer e utilizar os livros digitais

Os Gráficos 4 e 5 indagam aos professores se os mesmos conhecem e utilizam os livros digitais. De acordo com as respostas, é possível perceber que os professores estão familiarizados com a tecnologia, o que propicia o correto uso do acervo digital como ferramenta de auxílio, principalmente durante o período de pandemia onde o acesso às bibliotecas físicas fica restrito devido às medidas de isolamento social adotadas para conter a disseminação do vírus.

Gráfico 5 – Forma de acesso aos livros digitais

De que forma acessa os livros digitais utilizados? Poderá escolher mais de uma forma de acesso.

18 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Os professores acessam os livros por meio de domínio público e internet de modo geral, contudo a biblioteca virtual é a maior fonte de acesso aos referidos livros.

O serviço de disponibilização do acervo de livros digitais por meio da biblioteca virtual tem os custos por conta da IES. Ao contratar tais serviços, a instituição pretende que seus usuários o utilizem fato. A IES quer “ver resultados positivos, pois o capital empregado na biblioteca precisa ser transformado em benefícios” (OLIVEIRA, 1985).

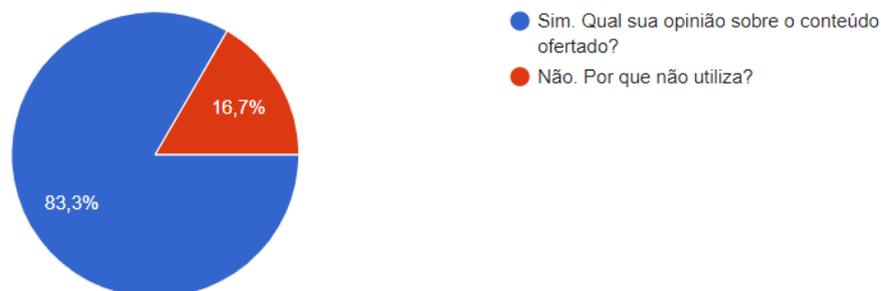
Gráfico 6 – Utilização dos livros digitais e percepção da qualidade do conteúdo



ISSN 2595-5519

Utiliza os livros digitais assinados pela Biblioteca de sua instituição? Assinale e justifique abaixo.

18 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

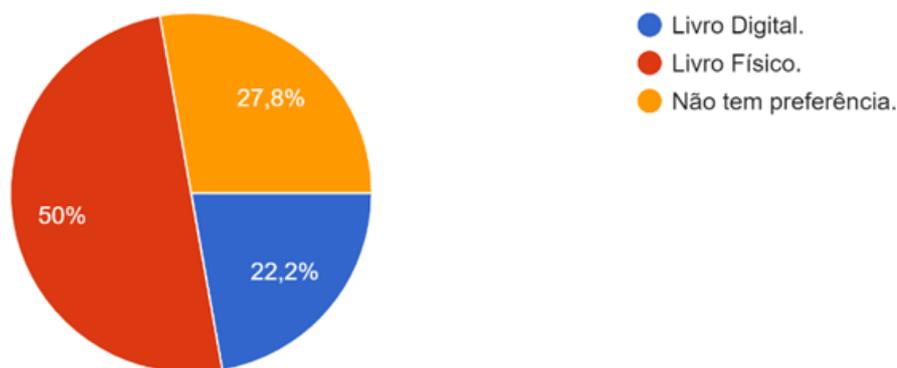
Nota: Cerca de 83% dos professores da IES confirmam a utilização do acervo digital

Entre os professores que afirmam utilizar o acervo houve também um apontamento sobre a dificuldade de acessar os livros devido à qualidade da internet. Dos cerca de 16% de professores que disseram não utilizar o acervo a justificativa foi a de não precisar até o momento e também o fato de a biblioteca não oferece livros dos autores que um determinado professor costuma trabalhar.

### Gráfico 7 - Preferência de livros para uso pessoal

Para uso pessoal prefere livro digital ou livro físico?

18 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Dentre os pesquisados, nota-se que 50% opta pelo uso do livro físico.

“O livro como conhecemos hoje passou por diversas "transformações" até a sua consolidação como objeto símbolo da existência humana, responsável pelo registro da história da nossa Civilização através dos milênios” (SILVA, 2002).

A Amazon.com anunciou em julho de 2010 que pela primeira vez a venda de livros digitais ultrapassou a de livros impressos (ARAÚJO, ANDRADE, MORAES e SANTOS,



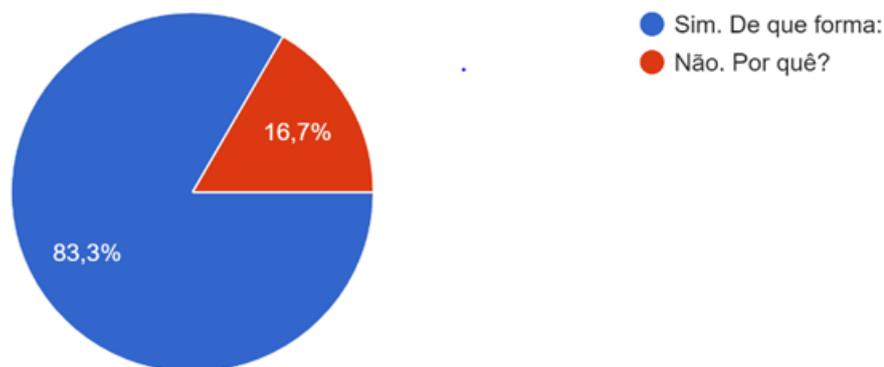
ISSN 2595-5519

2013). O fato de 50% dos professores apresentar preferência pelo livro físico, evidencia que embora a tecnologia esteja pungente na docência, ainda existem alguns paradigmas que precisam ser quebrados.

### Gráfico 8 – Utilização de Livros Digitais em sala de aula

Utiliza livros digitais em sala de aula? Assinale e justifique abaixo

18 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Observa-se que cerca de 83% dos professores utilizam os livros digitais.

Dentre os professores que responderam que fazem sim a utilização dos livros digitais, os mesmos alegaram que os usam como material de apoio, tanto para embasamento teórico para sua aula como até mesmo para a realização de exercícios. Os professores que responderam “não” na pesquisa declararam que utilizam PDF’s, alguns também disseram que usam alguns trechos dos livros que se fazem importante, mas o livro em si não.

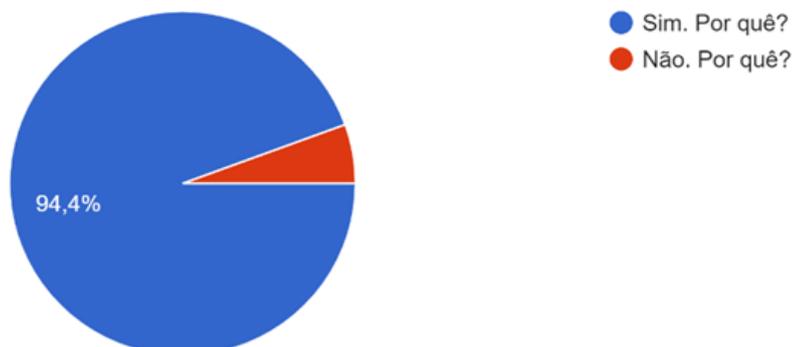
Quando solicitados a justificar o uso ou não do acervo digital os professores que afirmaram utilizar, responderam que os livros são úteis, atualizados e seus autores são conhecidos e confiáveis.

De acordo com Santa Anna e Consolação Dias (2020) “no âmbito específico das bibliotecas, a adesão às tecnologias digitais representou uma grande reviravolta nas tradicionais práticas bibliotecárias realizadas nessas instituições no decorrer dos tempos”. Assim percebe-se que a adesão de professores ao uso do material disponível na biblioteca é de suma importância, tendo em vista que os livros físicos tendem pouco a pouco a ser substituídos pelos livros digitais, o que é uma tendência mundial (SANTA ANNA e CONSOLAÇÃO DIAS, 2020).

### Gráfico 9 – Indicação do uso dos livros digitais

Indica aos seus alunos o uso de livros digitais? Assinale e justifique abaixo:

18 respostas



Fonte: Dados da pesquisa

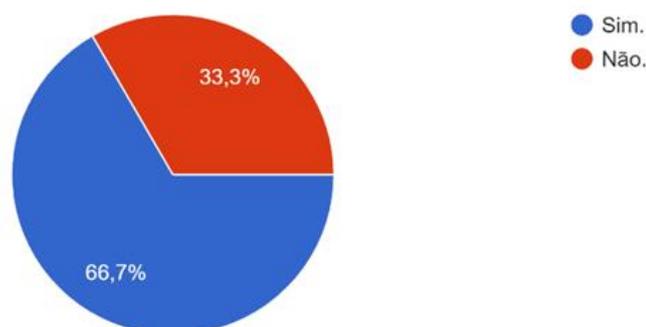
Nota: Cerca de 95% dos pesquisados indicam o uso dos livros digitais para seus alunos.

Dos professores declararam fazer a indicação do uso de livros digitais para seus alunos, pela facilidade de acesso, custo benefício, praticidade e também para os estudos das referidas aulas, já que a maioria dos alunos não possui o livro específico em casa. Os respondentes que ainda não indicaram disseram achar o acesso difícil, o que leva a crer que a instituição deva promover uma capacitação específica do uso da biblioteca par os docentes. Santa Anna e Consolação Dias (2020) defendem que “a estrutura da biblioteca envolve um conjunto de fazeres, com escolha adequada dos recursos tecnológicos, que possibilitem transferir para o ambiente digital os mesmos serviços e concepção de uma biblioteca tradicional”.

### Gráfico 10 – O aumento do uso dos livros digitais

A partir da pandemia do Covid-19 você aumentou a rotina de uso dos livros digitais?

18 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: De acordo com o gráfico, cerca de 66% dos professores, aumentaram o uso dos livros digitais por causa da Pandemia



ISSN 2595-5519

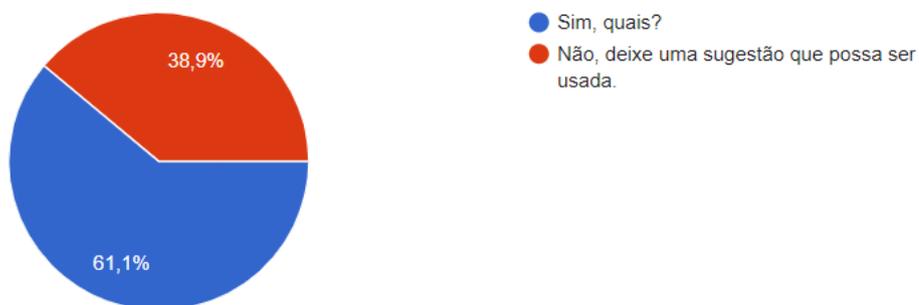
Com a chegada da pandemia da COVID-19, o isolamento social e o consequente fechamento das escolas se fizeram imperativo, igualmente, a transferência, quando possível, do ensino presencial para modalidades virtuais (NEDEL OLIVEIRA, 2020). No Brasil, a utilização dos artefatos tecnológicos na educação básica ganhou força com a pandemia de Covid-19. Uma força que pode ter repercussões complexas para os múltiplos entrelaçamentos da educação brasileira (MARTINS e ALMEIDA, 2020). A partir das assertivas mencionadas fica evidente que o uso da tecnologia é o grande aliado da educação em tempos de pandemia. “As tecnologias e o pensar científico nunca estiveram tão embricados nesta nova perspectiva - e necessidade - de ensinar em tempos de reclusão” (ANTUNES NETO, 2020).

Assim, de acordo com as respostas, é possível observar que de fato a biblioteca virtual cumpre seu papel, possibilitando a alunos e professores acesso irrestrito aos títulos do acervo, com um excelente custo benefício para o usuário.

### Gráfico 11 – Identificação de Marketing na IES para o uso da biblioteca digital

Você identifica alguma estratégia de MARKETING que a IES usa para fomentar o uso da biblioteca virtual? Assinale e justifique abaixo:

18 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Cerca de 61% conseguem identificar algum tipo de marketing da IES para fomentar o uso da biblioteca digital.

Dos professores que responderam sim à pesquisa, disseram que as estratégias de marketing são as seguintes: Indicação pelo próprio site da instituição, durante as aulas presenciais, havia o incentivo por meio do bibliotecário no Polo de Juína além da divulgação por meio dos professores. Aqueles que responderam não à pesquisa deixaram as seguintes sugestões: Usar o *Classapp* para a divulgação de títulos presentes na biblioteca, assim, se o aluno ou professor se interessar pelo livro poderá acessá-lo; foi dada também a ideia de campanhas para sabermos os benefícios tanto na praticidade quanto na economia com a



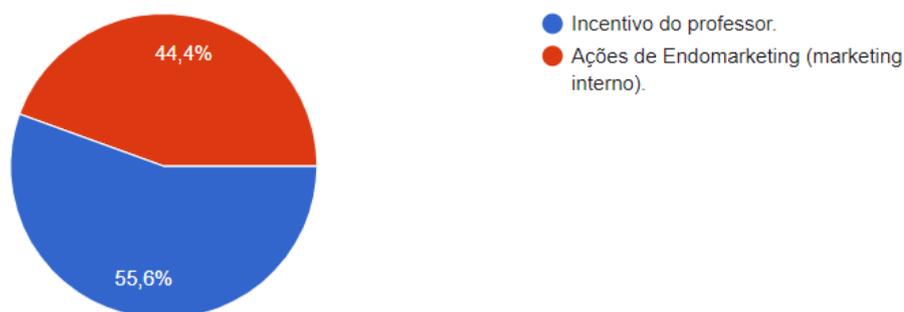
ISSN 2595-5519

utilização da biblioteca, pois só o incentivo dos professores e coordenadores não era o suficiente para essa fomentação. Pesquisas comprovam que técnicas de marketing aplicadas às bibliotecas universitárias, contribuem em sua administração, sendo que o marketing é considerado como uma proposta inovadora que facilita o acesso e alcance do público-alvo, proporcionando a melhor utilização de seus recursos (BEZERRA, 2012).

### Gráfico 12 – Incentivo dos professores ou ações de endomarketing da IES na adesão ao uso da Biblioteca Virtual

Analisando as alternativas abaixo, você acredita que a adesão ao uso da biblioteca virtual depende principalmente de:

18 respostas



Dados: Fonte da Pesquisa

Nota: Cerca de 55% dos respondentes apontaram que a maior adesão ao uso da biblioteca se dá por conta do incentivo dos professores e não do endomarketing da IES.

De acordo com Fraga Matos e Cassa (2008) o endomarketing tem o objetivo de promover os valores da empresa junto ao público interno, é um trabalho desenvolvido em equipe, tendo como ponto determinante a cooperação e o envolvimento de todos. Dessa forma, as indicações dos professores para o uso da biblioteca também pode ser considerada uma estratégia de endomarketing.

Os resultados da pesquisa de Moreira (2014) apontaram que as bibliotecas universitárias estão preparadas para atender, receber e encantar seus clientes, buscando inovação tecnológica e competitividade mercadológica, tornando-se um organismo vivo na sociedade. A autora ainda afirma que técnicas de marketing e endomarketing bem estruturadas podem levar a biblioteca a alcançar seu lugar na sociedade e atingir competitividade no mercado atual.

Logo em seguida foi solicitado que aqueles que responderam a pesquisa acima exposta deixassem alguma sugestão de melhoria para o processo de utilização do acervo da biblioteca digital, e as sugestões foram as seguintes: Fazer uma consulta com alunos e



ISSN 2595-5519

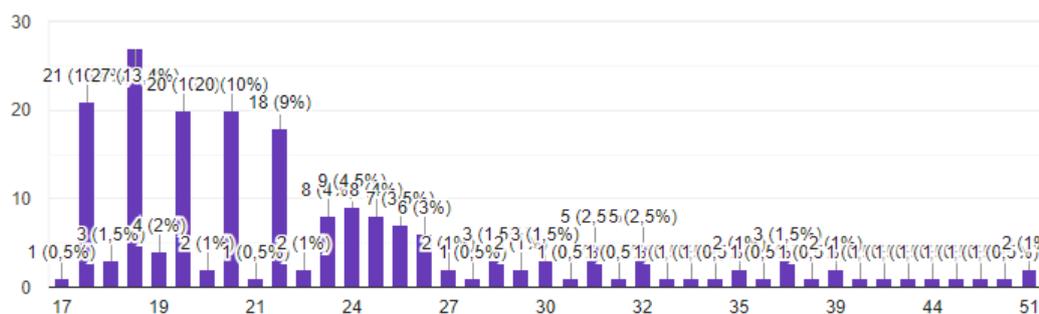
professores sobre eventuais livros que precisam ser adquiridos, atualização do acervo, ter uma maior divulgação e explicação de como se utiliza, para que muitos não deixem de acessar por ter a impressão de que o acesso é difícil.

Com o objetivo de conhecer também a opinião dos acadêmicos sobre o uso da biblioteca, e comparar tal opinião por aquela oriunda das respostas dos professores, segue a análise do questionário dos discentes. No referido questionário as perguntas iniciais (1 a 9) tem o objetivo de identificar o perfil do acadêmico e posteriormente associar ou não esse perfil ao uso da biblioteca virtual.

**Gráfico 13 - Idade dos acadêmicos**

Qual a sua Idade (anos):

201 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: O maior percentual maior é o de acadêmicos com 18 anos.

De acordo com Resumo Técnico da Educação Superior de 2018, para os cursos presenciais a média de idade dos ingressantes é de 19 (dezenove) anos, enquanto que para os cursos da modalidade EaD a média de idade dos ingressantes é de 21 (vinte e um) anos. É possível perceber que os acadêmicos de AJES tem uma média de idade de 18 (dezoito) anos, o que indica que ao finalizar o ensino médio, imediatamente ingressaram na faculdade.

De acordo com o IBGE (2019) o estado de Mato Grosso tem uma população com cerca de 3,4 milhões de habitantes, sendo que deste total apenas 11,87% da população possui ensino superior completo, enquanto que 21,55% da população possui ensino médio, ou equivalente, completo. Ainda de acordo como IBGE (2019), 75,8% das matrículas no ensino superior são em instituições privadas, como é o caso da Faculdade AJES.

Assim, de acordo com as respostas, é possível observar que de fato a biblioteca virtual cumpre seu papel, possibilitando a alunos e professores acesso irrestrito aos títulos do acervo, com um excelente custo benefício para o usuário.

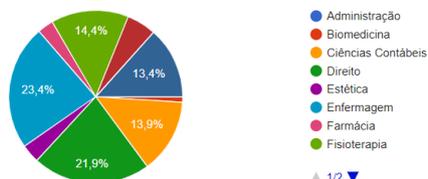


ISSN 2595-5519

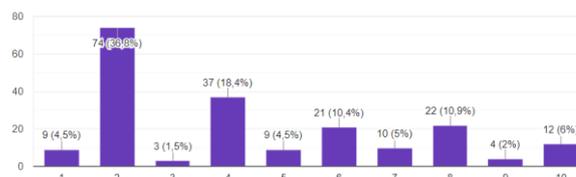
**Gráfico 14** – Curso no qual o acadêmico está matriculado

**Gráfico 15** - Termo do curso no qual o aluno está matriculado

Qual o seu curso?  
201 respostas



Em que Termo do curso está no momento:  
201 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Fonte: Dados da Pesquisa

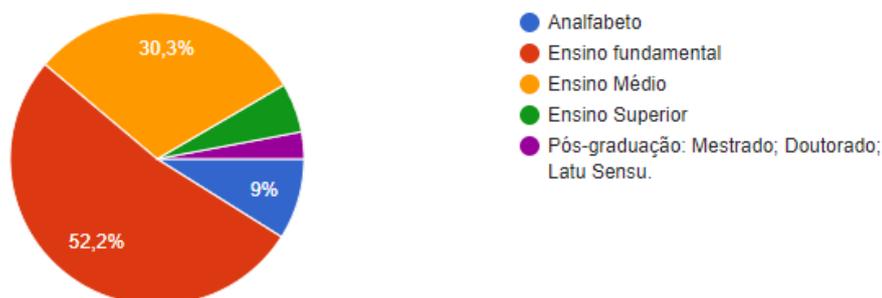
Nota: Dos acadêmicos respondentes, a maioria cursa enfermagem logo em seguida direito, fisioterapia, ciências contábeis, administração etc.

Nota: Dos acadêmicos respondentes a maioria está cursando o segundo termo da graduação.

A faculdade AJES iniciou suas atividades em 2005 ofertando o curso de Ciências Contábeis no município de Juína-MT. Hoje tem se fortalecido no mercado da educação ofertando cursos da área da saúde, muito embora, o maior número de alunos matriculados seja no curso de Direito. No município de Guarantã do Norte, a Faculdade AJES iniciou suas atividades ofertando o curso de Licenciatura em Letras, já no município de Juara o primeiro dos cursos a ser ofertado foi o de Enfermagem. Nas três unidades mencionadas existe no momento a oferta do curso de Direito.

**Gráfico 16** - Escolaridade do pai

Escolaridade do pai:  
201 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Nota-se que a maior parte dos pais tem o ensino fundamental completo, logo vem os que tem ensino médio completo e uma parcela de 9% de analfabetos.

Para entender os hábitos de leitura dos acadêmicos buscou-se conhecer o nível de escolaridade dos pais. É cientificamente comprovado que “O nível de educação dos pais está bastante associado ao desempenho dos filhos no mercado de trabalho no Brasil. Com isso, a



ISSN 2595-5519

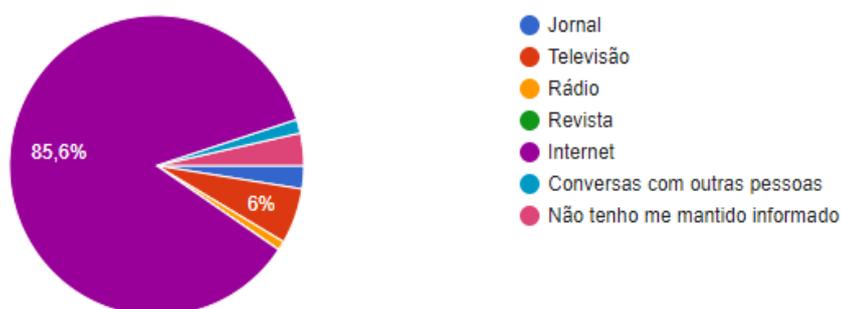
estrutura educacional da família pode desempenhar um papel importante na determinação da elevada disparidade de rendimentos observada” (REIS e RAMOS, 2011).

Na pesquisa dos referidos autores os resultados sugerem que melhorar a quantidade e a qualidade da educação adquirida pelos indivíduos cujos pais ou mães possuem baixos níveis de educação, que possuem uma probabilidade maior de pertencer aos estratos mais pobres da população, deve ser um importante instrumento para diminuir a desigualdade. Quanto maior o incentivo da família pela leitura, mais fácil é o caminho que o estudante percorre na criação do hábito de leitura (REIS e RAMOS, 2011). Ainda nesse sentido, o trabalho de Santos (2012) indica que crianças da pré-escola cujos pais possuem no mínimo o ensino fundamental completo, apresentam hábitos de leitura diários em meio familiar e possuem um maior número de livros em casa, juntamente com a frequência do jardim de infância constituem fatores importantes para favorecer o desenvolvimento de habilidades iniciais de leitura e escrita.

**Gráfico 17** - Principal meio de comunicação utilizado para se manter informado sobre conhecimentos gerais (atualidades).

Principal meio de comunicação utilizado para se manter informado sobre conhecimentos gerais(atualidades).

201 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: observa-se que a maior parte de acadêmicos utiliza a internet como meio de comunicação pra se manter informado de assuntos diversos (cerca de 85,6%) e em segundo lugar vem a televisão como meio de comunicação.

A internet tem realizado uma verdadeira revolução no cotidiano das pessoas. Boa parte disto ocorre devido ao aumento da conectividade entre os indivíduos que ela proporciona. O grande número de dispositivos inteligentes ligados a ela é responsável pela transmissão de informações a todo o momento (OULASVIRTA *et al.*, 2012).

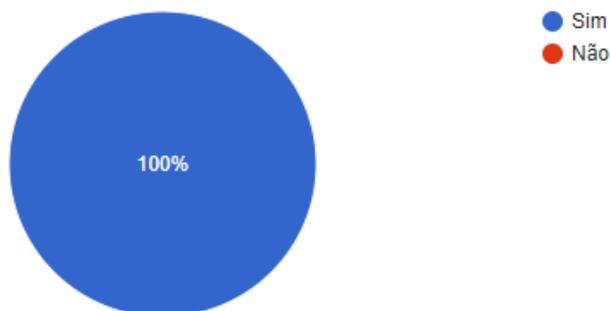


ISSN 2595-5519

### Gráfico 18 - Instrumento de acesso a internet

Possui algum instrumento (computador, tablet, smartphone) que tenha acesso a internet?

201 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: 100% dos acadêmicos responderam que possuem instrumentos com acesso à internet.

Considerando as respostas do Gráfico 17, é possível notar que a internet tem se tornado a maior das fontes de informação, e as pessoas, de um modo geral estão conectadas em tempo integral.

O Centro de Tecnologia de Informação Aplicada (FGVcia) da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas (FGV EAESP) revela que há 424 milhões de dispositivos digitais - computador, notebook, tablet e smartphone -, em uso no Brasil.

Com a nova realidade de ensino remoto trazida pela pandemia do Covid-19, escolas, universidades, professores, alunos e seus familiares tiveram de se adaptar e encontrar estratégias que possibilitem a continuidade do aprendizado. “Garantir a equidade de acesso é fator fundamental para permitir a continuidade do processo ensino-aprendizagem na transformação do estudo presencial em remoto emergencial” (APPENZELLER, *et al.*, 2020).

Essa equidade mencionada pelos autores refere-se tanto à disponibilidade de internet quanto aos aparelhos utilizados para acessar as aulas. De acordo com os resultados da pesquisa conduzida pelos autores junto aos estudantes do curso de medicina da Unicamp, a maioria dos alunos divide o computador ou notebook com outros membros da família, o que, muitas vezes, acaba por atrapalhar o desempenho dos mesmos (APPENZELLER, *et al.*, 2020).

Nesse sentido, além de conhecer os dispositivos utilizados pelos estudantes, a pesquisa procurou evidenciar o papel da internet disponível nas residências sobre a qualidade e dedicação dos estudantes nas aulas remotas.

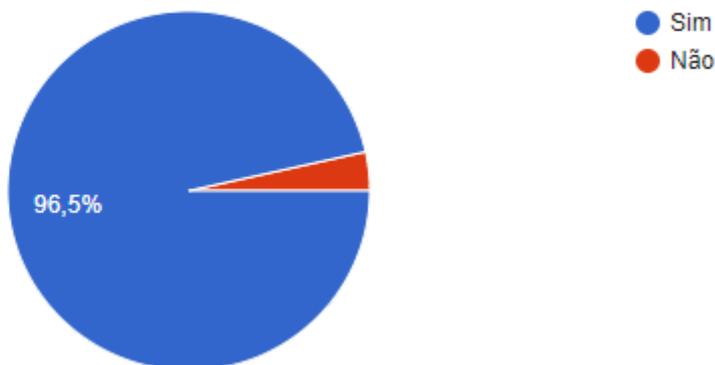


ISSN 2595-5519

**Gráfico 19 – Internet residencial**

Possui internet em casa?

201 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Cerca de 96,5% dos acadêmicos disseram possuir internet em casa.

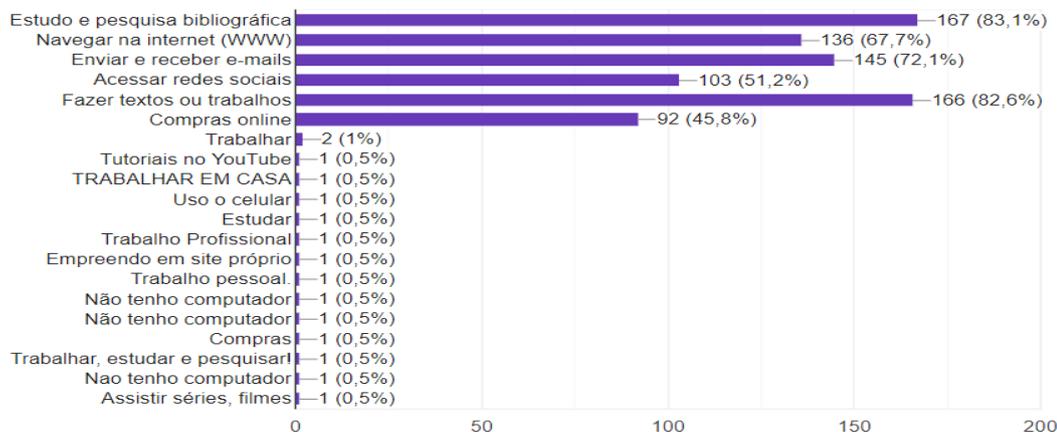
Ainda de acordo com a Nota Técnica nº 88, emitida pelo Instituto de Pesquisa e Economia Aplicada (IPEA), as estimativas remetem, que no total, a cerca de 6 milhões de estudantes não tem acesso domiciliar à internet em banda larga ou 3G/4G e que, por conseguinte, não teriam como atender em casa a atividades remotas de ensino-aprendizagem.

No caso da Faculdade AJES, muito embora cerca de 3,5% dos respondentes afirmar não possuir internet em casa, os mesmo acessam as aulas usando a banda larga. Caso o aluno tenha problemas com o acesso a IES abre a possibilidade do mesmo assistir as aulas em sala exclusiva, dentro da Faculdade, respeitando todas as orientações da OMS.

**Gráfico 20 – Forma de utilização do computador.**

Como você utiliza o computador atualmente? Poderá ser marcada mais de uma alternativa.

201 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Em primeiro lugar está o uso para estudo e pesquisa (83,1%), em seguida fazer textos ou trabalhos (82,6%).



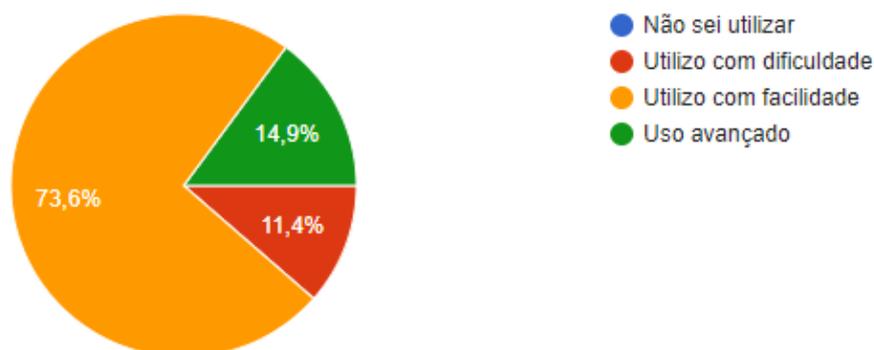
ISSN 2595-5519

Na pesquisa de Ribeiro *et al.*, (2019), os autores analisaram as respostas dos jovens entrevistados. Ao todo, participaram da pesquisa 120 jovens universitários, de seis cidades da região nordeste do Brasil, sendo três capitais (Salvador, Aracaju e Fortaleza) e três cidades do interior (Cachoeira, Itabaiana e Quixadá). O estudo comprovou que a noção de conexão constante destacou-se como um aspecto da rotina diária, habitual, sinalizando a incorporação dos smartphones/computadores ao longo do dia de maneira quase ininterrupta. Nas diferentes situações sociais e ambientes frequentados, os aparelhos são mencionados como elementos que direta ou indiretamente participam das práticas de interação, ora gerando novas oportunidades de criar interação e envolvimento, ora dificultando tais situações (RIBEIRO, *et al.*, 2019).

Quando da pesquisa dos autores mencionados, a realidade da pandemia do Covid-19 ainda não havia se instalado no Brasil. Os jovens estavam acostumados a utilizar os aparelhos para interações sociais e não para os estudos. “O maior desafio consiste na inserção dos recursos tecnológicos dentro das salas de aula” (LIMEIRA, BATISTA e BEZERRA, 2020). Trabalhar o uso da Biblioteca Virtual durante as aulas ajuda o aluno a entender que, embora inicialmente ele não consiga desconectar a informação de que celular é sinônimo de diversão, o uso direcionado da tecnologia é fundamental para superar as dificuldades de aprendizagem, principalmente no cenário de aulas síncronas.

**Gráfico 21** - Nível de conhecimento dos acadêmicos a respeito do uso da internet  
Qual o seu nível de conhecimento a respeito do USO DA INTERNET?

201 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Observa-se que a maior parte dos acadêmicos usa com facilidade a internet (73,6%).

A facilidade no uso da internet está diretamente ligada ao termo “nativos digitais”. “Sujeitos que têm contato com a linguagem do computador, dos videogames e internet de um



ISSN 2595-5519

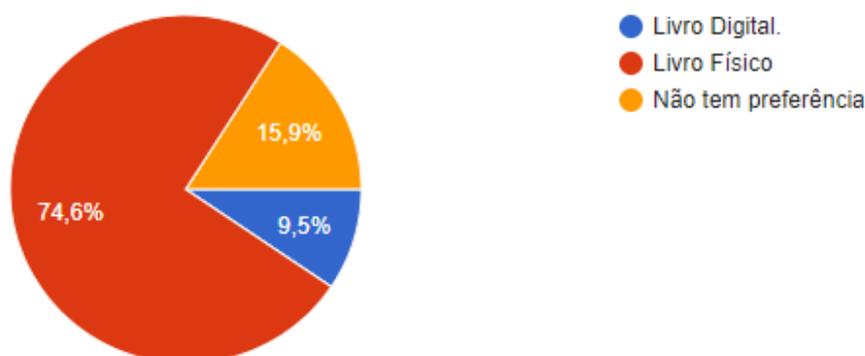
modo geral desde muito cedo. São falantes nativos dessa linguagem e nos primeiros anos já se mostram atraídos e adaptando-se facilmente às tecnologias digitais” (TAVARES e MELO, 2019). Essa facilidade em lidar com a tecnologia é uma aliada importante neste momento em que a educação se faz de forma remota, com aulas síncronas ou assíncronas, e aproveitar tal facilidade pode ser um diferencial na condução do processo de ensino-aprendizagem.

As perguntas expostas entre os Gráficos 13 e 21 objetivaram conhecer o perfil dos acadêmicos. A partir do Gráfico 22 apresentam-se as questões relacionadas diretamente com o uso da Biblioteca Virtual.

### Gráfico 22 - Para uso pessoal prefere livro digital ou livro físico?

Para uso pessoal prefere livro digital ou livro físico?

201 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Cerca de 74,6% dos acadêmicos afirmaram que preferem livro físico, 15,9% afirmam não ter preferência e os que preferem o livro digital são apenas 9,5% dos respondentes.

A resistência à mudança é foco de estudo de vários autores, que buscam compreender o papel da resistência humana às mudanças pretendidas dentro das organizações. “Ao implementar mudanças ou inovações, as organizações, muitas vezes, têm de enfrentar resistências internas” (HERNANDEZ e CALDAS, 2001). A cultura do livro físico ainda está entranhada nas escolas e universidades. Se compararmos estas respostas às respostas do Gráfico 7, é possível perceber que entre os professores, 50% preferem o livro físico e isso se reflete na preferência dos alunos. Neste caso, “é imprescindível que o professor instigue o seu estudante a compactuar com as tecnologias atuais e estabelecer um elo para dar continuidade à aquisição de conhecimento (LIMEIRA, BATISTA e BEZERRA, 2020). “Um dos grandes desafios do livro impresso sempre foi enfrentar os problemas com a infraestrutura e logística para distribuição, pois são atrelados as editoras e livrarias. Isso não existe para o novo formato” (ARAÚJO, *et al.*, 2013). Fomentar ações de marketing junto aos acadêmicos e



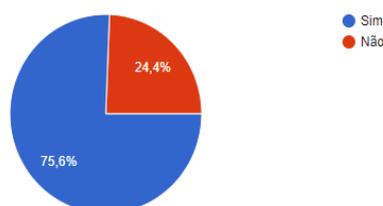
ISSN 2595-5519

conscientizar os professores sobre a facilidade de uso da biblioteca virtual são fatores que podem contribuir para a mudança da cultura dos estudantes.

### Gráfico 23 – Uso ou não da Biblioteca Virtual da AJES

Você já usou a Biblioteca Virtual da AJES?

201 respostas



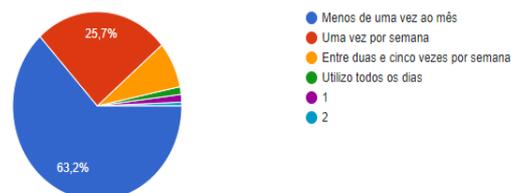
Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Cerca de 75,% dos alunos afirmaram que já utilizaram a biblioteca digital e 24,4% disseram que não.

### Gráfico 24 – Periodicidade de uso da Biblioteca Virtual

Quantas vezes, em média, você utiliza a Biblioteca Virtual?

152 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: observa-se que 63,2% dos alunos disseram que usam a biblioteca menos de uma vez por mês e logo depois vem os q usam uma vez por semana (25,7%).

O serviço da Biblioteca Virtual foi adquirido pela Faculdade AJES no ano de 2017. Na ocasião a Direção Acadêmica juntamente com as Coordenações de Curso fizeram o trabalho de apresentar o serviço aos estudantes. É disponibilizado ao aluno um código e uma senha de acesso através dos quais o mesmo pode acessar todo o acervo de forma gratuita, no conforto de sua casa. De todo modo a IES conta com uma Biblioteca Física onde os alunos tem acesso aos livros no próprio ambiente, ou ainda, podem “emprestar” o livro por um período determinado no regulamento da própria biblioteca. Com a paralização das aulas presenciais o serviço da biblioteca física foi suspenso. No início do segundo semestre letivo de 2020 a Faculdade promoveu uma semana de capacitação junto aos discentes com o objetivo de familiarizá-los aos novos sistemas contratados pela IES. Durante essa semana os professores apresentaram aos acadêmicos a biblioteca virtual, dando o direcionamento de como os mesmos deveriam proceder na consulta dos livros. Mesmo com o serviço disponível a quase 3 anos, cerca de 25% dos acadêmicos afirmam nunca ter acesso a biblioteca virtual, e aqueles que acessam, em sua maioria afirmam fazê-lo menos de uma vez ao mês. A pesquisa de Silva (2019), feita junto à estudantes da Universidade de Brasília (UnB), apontou que “o Google é o recurso mais utilizado por os não-usuários para realizar seus trabalhos acadêmicos. Dentro das razões de sua preferência estão: encontram a informação que precisam em diversos suportes, é fácil de ser usar, resolve toda as suas consultas”. Ainda entre os principais motivos do não uso estão: falha no carregamento; além de utilização de fontes alternativas de pesquisa e lentidão no portal. Também foi afirmado pelos acadêmicos que os mesmos preferem livros físicos e



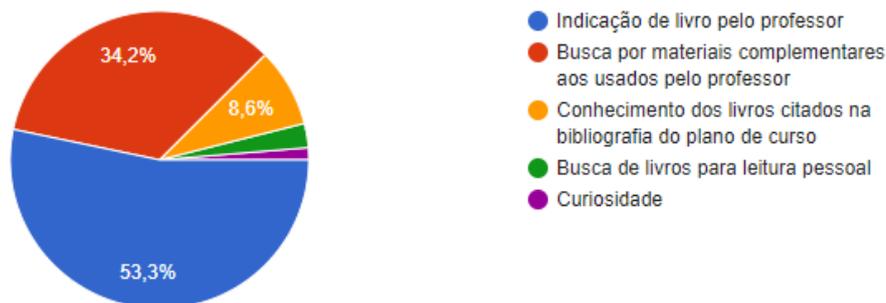
ISSN 2595-5519

sentem dificuldade em utilizar a internet devido ao baixo conhecimento sobre as novas tecnologias

### Gráfico 25 – Principal motivo para o uso da Biblioteca Virtual

Qual foi a principal motivo do uso da Biblioteca Virtual?

152 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: a maior parte dos acadêmicos afirmou que o principal motivo do uso da biblioteca digital foi por indicação do professor (53,3%).

Considerando as respostas do Gráfico 25 fica evidente a necessidade de discussão do papel do professor no que tange ao incentivo pela busca do conhecimento. Durante a pandemia do Covid-19 alunos e professores tem experimentado uma nova realidade, “professores que antes estavam diante de seu corpo discente, detendo o conhecimento, precisaram se adaptar e dividir este conhecimento com seus alunos, de modo remoto” (DA SILVA *et al.*, 2020). Ainda nesse sentido Da Silva, *et al.*, (2020) “Um novo perfil docente com certeza será instituído no pós-pandemia. Fazer uso das tecnologias como aliadas certamente será uma rotina vivenciada em sala de aula”.

Mais do que nunca o professor se torna peça chave no processo de ensino. Os resultados da pesquisa de Da Silva, Da Silva Neto e Dos Santos (2020) mostraram que professores, alunos seus familiares estão enfrentando muitos desafios e grandes impactos com a inserção da educação remota, principalmente porque as tecnologias embora estando inseridas no contexto de muitas instituições educacionais, ainda não haviam sido usadas como principal recurso didático (DA SILVA, DA SILVA NETO, DOS SANTOS, 2020). Dessa forma, percebe-se que o professor de fato é o propulsor da adesão dos alunos em qualquer situação a eles apresentada e com a tecnologia e a biblioteca virtual não é diferente.

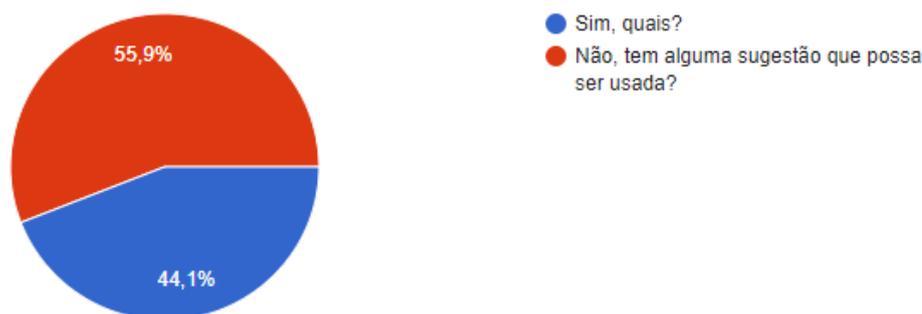


ISSN 2595-5519

**Gráfico 26** - Estratégias de marketing utilizadas pela IES e percebidas pelos alunos, para incentivar o uso da Biblioteca Virtual

Você identifica alguma estratégia de marketing utilizada pela faculdade, para incentivar o uso da Biblioteca Virtual? Assinale e justifique a resposta abaixo:

152 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Cerca de 55,9% disseram não identificar nenhuma estratégia de marketing e cerca de 44,1% disseram identificar.

De acordo com Sá, *et al.*, (2019) um novo momento nasce na maneira de se fazer marketing, onde a informação integrada à tecnologia promove uma revolução na forma de pensar e agir nas atuações de troca em qualquer negócio, inclusive nas unidades informacionais, daí a necessidade de esses ambientes se inserirem cada vez mais com afinco em suas ações de marketing a fim de atrair e reter seus usuários e promover os seus serviços.

A promoção dos serviços da biblioteca virtual junto a professores e alunos é de suma importância, tendo em vista que na justificativa da pergunta apresentada no Gráfico 26, muitos dos alunos disseram sentir falta de ações mais efetivas de divulgação. Entre as sugestões está divulgação de livros com conteúdo atrativo que possa fomentar o uso da biblioteca; conscientização de que a biblioteca virtual possui um acervo mais amplo e atualizado que a biblioteca física; maior incentivo dos professores no uso dos livros disponíveis no acervo digital; divulgação de tutoriais sobre acesso e navegação pelas seções da biblioteca digital; divulgação nas redes sociais da faculdade; ampliação do acervo de acordo com as ementas e sugestões dos professores.

Entre aqueles que afirmam identificar ações de marketing voltadas para divulgação dos serviços da biblioteca a unanimidade foi a divulgação do banner digital do site da IES. Nas palavras de Sá *et al.*, (2019), de maneira bem simples, afirma-se que o marketing tem o objetivo de promover estratégias que facilitam a dedicação por parte da empresa no que diz respeito a atender os anseios do seu público alvo, isso baseado simplesmente na ideia de um



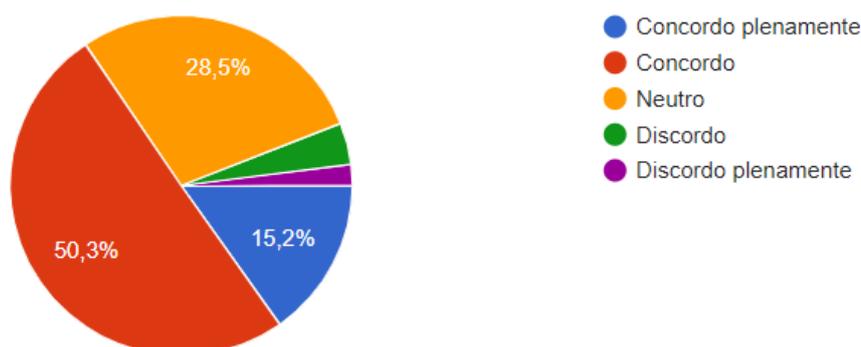
ISSN 2595-5519

público específico. No que diz respeito ao marketing, fica evidente que o bibliotecário também tem um papel fundamental no processo, dessa forma é necessário “um reposicionamento de atitudes e atividades referentes à questão da organização, acesso, uso e disseminação da informação desenvolvida em prol dos usuários, relacionados a sistemas de informação tradicional e/ou virtual” (BENÍCIO, 2003, p. 15). “Atualmente, o bibliotecário pode contar com diversas ferramentas e recursos tecnológicos que o aproxima do usuário, como por exemplo: as mídias sociais que possibilitam a interação da biblioteca com o seu usuário criando uma nova forma de socialização” (SILVA, 2019).

### Gráfico 27 – Facilidade nas pesquisas por meio da biblioteca virtual

Você concorda que a Biblioteca Virtual facilita suas pesquisas?

151 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Somados aqueles que responderam concordo e concorde plenamente temos cerca de 65% dos respondentes afirmando que a biblioteca virtual facilita na realização de suas pesquisas. Observa-se que 28,3% afirmaram uma posição neutra em relação a facilidade na hora de realizar alguma pesquisa; somados aqueles que discordam ou discordam totalmente temos cerca de 5,9% dos respondentes.

Na pesquisa de Bandeira (2017), alunos do curso de medicina do sertão nordestino foram indagados sobre a facilidade do uso da biblioteca virtual, e cerca de 85% dos entrevistados afirmaram ter facilidade tanto para navegar na internet quanto para pesquisar na biblioteca virtual. A proposta das bibliotecas virtuais é promover o conhecimento equitativo nas mais diversas áreas. O fato de o aluno ter a oportunidade de acessar os mais variados títulos sem se desprender de forma física até o local onde estão os livros é a principal facilidade na condução de suas pesquisas (BANDEIRA, 2017).

Com a avalanche de tecnologia nos ambientes educacionais trazida pela pandemia do Covid-19, capacitar acadêmicos e professores na utilização das informações disponíveis, é de suma importância. “A tecnologia facilitou a divulgação da informação com a criação de novos suportes informacionais. Com o auxílio dos recursos tecnológicos, a biblioteca ultrapassa as



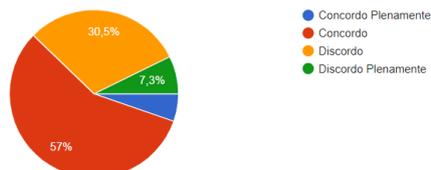
ISSN 2595-5519

barreiras físicas e cria um ambiente com maior facilidade de acesso da informação” (SILVA, 2019).

### Gráfico 28 – Facilidade no uso/operação do portal da Biblioteca Virtual

Quanto ao uso/operação, você concorda que o portal da Biblioteca Virtual é fácil de ser usado?

151 respostas



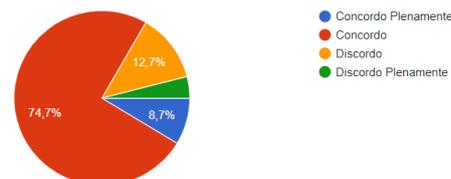
Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Cerca de 62% dos respondentes afirmaram concordar ou concordar plenamente com a facilidade no acesso à Biblioteca Virtual.

### Gráfico 29 – Segurança e conforto do ambiente da Biblioteca Virtual

Você concorda que o ambiente da Biblioteca Virtual é seguro e confortável para fazer pesquisa?

150 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

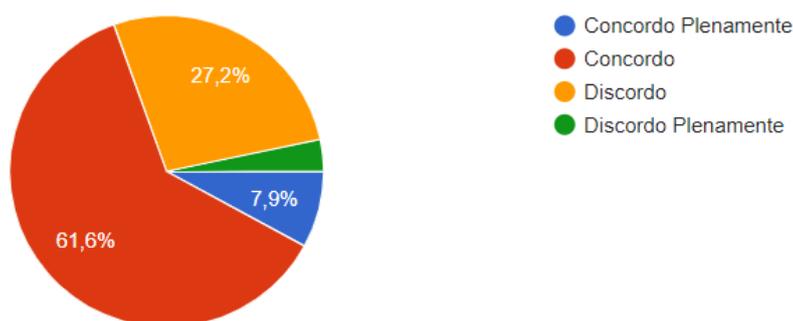
Nota: Cerca de 83% dos respondentes afirmaram concordar ou concordar plenamente com a segurança e conforto do ambiente da Biblioteca Virtual

Os resultados apresentados nos Gráficos 28 e 29 corroboram com os achados de Bandeira (2017). Em sua pesquisa os estudantes de medicina afirmaram que a biblioteca virtual é de fácil acesso, proporcionando segurança e conforto durante as pesquisas.

### Gráfico 30 – Capacitação dos acadêmicos para o uso da Biblioteca Virtual

Você concorda que as instruções sobre o uso e funcionamento da biblioteca no INÍCIO DAS AULAS atendeu às suas expectativas?

151 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Quando perguntado ao acadêmico sobre as instruções de uso e funcionamento da biblioteca que foram repassadas no início das aulas e se elas atenderam as suas expectativas. Um total 68% concorda que a capacitação atendeu suas expectativas, enquanto cerca de 32% discorda dessa afirmativa.

Preparar os alunos para o uso da tecnologia é o passo inicial para conduzir uma trajetória de sucesso no novo modelo de ensino remoto com aulas síncronas e assíncronas (DA SILVA, *et al.*, 2020). No início do segundo semestre letivo de 2020 a IES promoveu uma semana de capacitação para o uso das plataformas virtuais. O tempo foi dividido entre apresentar o Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), onde encontram-se disponíveis os



ISSN 2595-5519

conteúdos das disciplinas na modalidade EaD, apresentação das ferramentas do *Google For Education* e ainda apresentação da Biblioteca Virtual. Nota-se pelas respostas do Gráfico 30 que é necessário um aprofundamento na capacitação para o uso da Biblioteca Virtual.

Além das perguntas fechadas o questionário contou com perguntas abertas que objetivaram conhecer os pontos positivos e negativos que os acadêmicos identificam e que por ventura não tenham sido contemplados nas perguntas fechadas, além de solicitar sugestões de melhoria que os alunos possam ter.

A primeira das perguntas abertas solicitava aos acadêmicos que citassem três pontos positivos da Biblioteca Virtual. Entre os pontos citados destaca-se a facilidade no acesso, a amplitude do acervo, a possibilidade de fazer anotações que ficam gravadas nos livros e ainda o fato do acesso ser gratuito. Entre os pontos negativos citados pelos acadêmicos estão: necessidade de melhoria do layout do portal, lentidão no sistema e dificuldade de salvar os conteúdos em PDF.

A última pergunta solicitava aos acadêmicos que deixassem três sugestões de melhoria que possam contribuir para a melhoria da Biblioteca Virtual. Entre as principais sugestões está a divulgação do conteúdo disponível na biblioteca o que mais uma vez evidencia a importância do trabalho de marketing voltado para esse segmento da IES. Além disso, os acadêmicos afirmam que há necessidade de uma assistência para tirar dúvidas sobre o uso, o que traz a tona o papel do bibliotecário também no ambiente virtual. E ainda, os respondentes deixam como sugestão de melhoria a ampliação do acervo e a disponibilização de um sistema mais rápido e leve para as consultas.

Ao comparar o resultado do questionário aplicado aos professores com o questionário aplicado aos acadêmicos fica evidente a importância do professor no processo de adesão dos alunos aos serviços da biblioteca digital. Em meio à nova realidade imposta pela pandemia do Covid-19 é necessário ampliar as discussões sobre o uso da tecnologia e do professor como sujeito ativo na mudança de comportamento dos estudantes. “A educação está cada vez mais entrelaçada com a tecnologia. Quase todo conteúdo passado em sala de aula requer algum recurso tecnológico para que possa auxiliar os professores em passar uma melhor compreensão das informações aos alunos” (DE LIMA, NUNES e DE ARAÚJO, 2020). Os autores ainda salientam que “os métodos educacionais modernos estão exigindo cada vez mais que as instituições de ensino invistam em recursos que facilitem o aprendizado do aluno”.



ISSN 2595-5519

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O marketing mostra-se uma das mais importantes ferramentas no cenário dos negócios. Capaz de apresentar ao cliente soluções atrativas para problemas que muitas vezes ele nem sabia ter. Aplicar o conceito de Marketing à educação ainda é incomum, contudo, a tendência cada vez mais forte de aliar a tecnologia à educação permite ampliar os horizontes acerca da aplicação dos conceitos de marketing à área de ensino. As Bibliotecas Virtuais ganham espaço frente às tradicionais, tendo que vista que, a partir da pandemia do Covid-19 as aulas presenciais foram suspensas deixando escolas e bibliotecas vazias.

O objetivo deste estudo era o de realizar uma pesquisa com os acadêmicos e professores da Faculdade AJES, para analisar a qualidade e facilidade de acesso aos materiais digitais, disponibilizados na biblioteca virtual, comparando este ao acesso à biblioteca física, além de mensurar a quantidade de acadêmicos que acessam e se existe alguma dificuldade ou problema com tal acesso. Adicionalmente pretendeu-se colher informações acerca das possíveis melhorias que possam ser implantadas a partir das sugestões dos acadêmicos e professores.

Os questionários foram encaminhados de forma virtual, através do Google Forms, para 40 professores dos quais 18 responderam e para 850 acadêmicos dos quais 201 responderam a pesquisa. Os resultados apontam que quando o professor indica um livro da biblioteca virtual existe uma maior tendência à adesão por parte dos alunos. Entre os problemas apontados o principal é a qualidade da internet local que dificulta o uso da plataforma. De forma geral, acadêmicos e professores entendem a importância da ferramenta e de como o uso do acervo digital contribui para a condução do processo de ensino-aprendizagem, contudo são necessárias novas estratégias de marketing por parte da IES para que todo o público-alvo seja atingido.

O fator limitante deste estudo refere-se ao número de respondentes, tendo em vista que houve adesão de cerca de 25% dos participantes apenas. Embora não se tenha obtido a totalidade de respostas pretendidas é possível inferir que são necessários outros estudos como este, que possam apontar os gargalos no uso da tecnologia, bem como possíveis soluções a partir da visão daqueles que de fato estão utilizando o sistema. De posse dos resultados o trabalho será encaminhado à Direção Geral da Faculdade AJES acompanhado de sugestões tais como: ampliação das campanhas de marketing para o uso da Biblioteca Virtual;



**ISSN 2595-5519**

capacitação dos alunos para o uso da plataforma; consulta junto aos professores sobre os títulos não disponíveis na biblioteca, buscando a aquisição dos mesmos; capacitação com os professores para o incentivo ao uso do acervo digital.



ISSN 2595-5519

## REFERÊNCIAS

AMARAL, S. A. D. (2008). **Marketing da informação: entre a promoção e a comunicação integrada de marketing.**

APPENZELLER, Simone; MENEZES, Fábio Husemann; SANTOS, Gislaíne Goulart dos; PADILHA, Roberto Ferreira; GRAÇA, Higor Sabino; BRAGANÇA, Joana Fróes. Novos Tempos, Novos Desafios: Estratégias para Equidade de Acesso ao Ensino Remoto Emergencial. **Rev. bras. educ. med.** vol.44 supl.1 Brasília 2020 Epub Oct 02, 2020. <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5271v44.supl.1-20200420>

ARAÚJO, W. J.; ANDRADE, R. L. V.; MORAES, F. M.; SANTOS, J. L. D. Elementos tecnológicos de edição, manipulação e uso dos livros digitais. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, v. 8, n. 2, 2013. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/30315>>. Acesso em: 26 out. 2020.

BENÍCIO, Christiane Dantas. **Do livro impresso ao e-book: o paradigma do suporte na biblioteca eletrônica.** 2003. 142 f. Monografia (Graduação em Biblioteconomia) – Departamento de Ciência da Informação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2003.

BRASIL, IPEA. Nota Técnica nº 88. **Acesso domiciliar à internet e ensino remoto durante a pandemia.** Ago. 2020. Disponível em: <[http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/10228/1/NT\\_88\\_Disoc\\_AcesDomInternEnsinoRemoPandemia.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/10228/1/NT_88_Disoc_AcesDomInternEnsinoRemoPandemia.pdf)>. Acesso em: 26 out. 2020.

DA SILVA, Agnaldo Antônio Moreira Teodoro *et al.* Ensino remoto e as práticas e as inovações nas metodologias de ensino—uma visita técnica remota. **Anais do Seminário de Atualização de Práticas Docentes**, v. 2, n. 1, 2020.

DA SILVA, Ellery Henrique Barros; DA SILVA NETO, Jerônimo Gregório; DOS SANTOS, Marilde Chaves. Pedagogia da pandemia: reflexões sobre a educação em tempos de isolamento social. **Revista Latino-Americana de Estudos Científicos**, p. 29-44, 2020.

DE LIMA, Antonia Lucineide F.; NUNES, Ian Lucas Oliveira; DE ARAÚJO, Wellington Cavalcanti. Realidade aumentada auxiliando o professor como ferramenta de ensino. **Acta Scientia**, v. 1, n. 2, 2020.

DHRUV Grewal, Michael LEVY; **Marketing recurso eletrônico**; tradução: Beth Honorato. 4. ed. – Porto Alegre: AMGH, 2016

HERNANDEZ, José Mauro da Costa e CALDAS, Miguel P .. Resistência a mudança : uma revisão crítica . **Rev. adm. empres.** [conectados]. 2001, vol.41, n.2, pp.31-45. ISSN 0034-7590. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902001000200004>.

KOTLER, P. **Marketing de A a Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.



ISSN 2595-5519

KOTLER, P.; LEE, N. Marketing no setor público: um guia para um desempenho mais eficaz. Porto Alegre: Bookman, 2008.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2006.

LIMEIRA, G. N. ., BATISTA, M. E. P., BEZERRA, J. de S. . (2020). Challenges of using the new technologies in higher education in front of the COVID-19 pandemic. *Research, Society and Development*, 9(10), e2219108415. <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i10.8415>

MOREIRA, Elaine Cristina de Brito. Práticas de marketing e endomarketing para bibliotecas universitárias. 2014. 152 f. Dissertação ( Mestrado em Gestão de Organizações Aprendentes) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014.

NEDEL OLIVEIRA, Victor Hugo. “O ANTES, O AGORA E O DEPOIS”’: ALGUNS DESAFIOS PARA A EDUCAÇÃO BÁSICA FRENTE À PANDEMIA DE COVID-19. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**.

OLIVEIRA S. M. de. (1). Marketing e sua aplicação em bibliotecas: uma abordagem preliminar. *Ciência Da Informação*, 14(2). Recuperado de <<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/218>>

OLIVEIRA NETO, L.; ELSANGEDY, H. M.; TAVARES, V. D. O.; TEIXEIRA, C. V. S.; BEHN, D. G.; SILVA-GRIGOLETTO, E. S. #TreineEmCasa–Treinamento físico em casa durante a pandemia do COVID-19 (SARS-COV2): abordagem fisiológica e comportamental. **Revista Brasileira de Fisiologia do Exercício**, [online].ahead print:PP.0-0, 2020.

OULASVIRTA, A., RATTENBURY, T., Ma, L., and RAITA, E. (2012). Habits make smartphone use more pervasive. *Personal Ubiquitous Comput.*, 16(1):105–114

REIS, Juliani Menezes dos. **O uso dos e-books por professores de universidades federais: novos olhares sobre as bibliotecas** [manuscrito] /Juliani Menezes dos Reis – Canoas, 2017. 149 f. : il. ; 30 cm. Dissertação (mestrado em educação) – Centro Universitário La Salle, Canoas, 2017

REIS MC, RAMOS L. Escolaridade dos pais, desempenho no mercado de trabalho e desigualdade de rendimentos. **Rev Bras Econ** 2011; 65(2):177-205.

BRASIL, INEP. **Resumo técnico do Censo da Educação Superior 2018** [recurso eletrônico]. – Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2020.

RIBEIRO, José Carlos, NEJM, Rodrigo BARBERINO, Lisieanne Araújo e BORGES, Lorena. Conexão constante, privacidade e ambivalências nas dinâmicas interacionais mediadas por smartphones. **Revista Crítica de Ciências Sociais**. 119, 2019, p. 75-98. <https://doi.org/10.4000/rccs.8916>



ISSN 2595-5519

SÁ, Jandui Benício de *et al.* Marketing em bibliotecas: a promoção dos serviços de informação no Sistema de Bibliotecas da UFPB campus I. 2019.

SANTA ANNA, J. y da CONSOLAÇÃO DIAS, C. (2020). Bibliotecas digitais e virtuais à luz da literatura brasileira: da construção ao acesso. **e-Ciencias de la Información**, 10(1). DOI: 10.15517/eci.v10i1.39882

SANTOS, Elvira Manuela Almeida. **Dificuldades e potencialidades nas competências pré-leitoras e hábitos de leitura familiar: Um estudo exploratório com um grupo de crianças do ensino pré-escolar.** 2012. Tese de Doutorado.

SERAFIM, Lucas Almeida *et al.* Marketing em Bibliotecas Universitárias: uma revisão da literatura. In: **SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS**, 17., 2012, Rio Grande do Sul. Anais... Rio Grande do Sul, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012. p. 1-15. Disponível em: [http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/18380/1/2012\\_eve\\_laserafim.pdf](http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/18380/1/2012_eve_laserafim.pdf). Acesso 20 de Mai. 2020.

SEN, Barbara. **Defining market orientation for libraries.** *Library Management*, v. 27, n. 4/5, p. 201-217, 2006.

SILVA, M. C. D. S. (2008). Marketing em bibliotecas universitárias. **Seminário Nacional de Bibliotecas Universitária**, 15, 2008.

SILVA, Luiz Otávio Maciel da. O livro eletrônico: mudando paradigmas. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**, 20., 2002, Fortaleza. Anais eletrônicos... Fortaleza: CBBBD, 2002. Disponível em: <<http://www.sibi.ufrj.br/snbu/snbu2002/oralpdf/78.a.pdf#search=%159220%20livro%20eletr%C3%B4nico%3A%20mudando%20paradigmas%22>>. Acesso em: 15 set. 2020.

SILVA, Tatyane Guedes Martins da. **Aplicativos para dispositivos móveis utilizados em bibliotecas universitárias no âmbito nacional e internacional** / Tatyane Guedes Martins da Silva; orientador Flor de Maria Silvestre Estela. Brasília, 2019. Monografia (Graduação – Biblioteconomia) – Universidade de Brasília, 2019.

SOUZA, T. L. (2017). **Internet das coisas (IoT) possibilidades e perspectivas de implantação em bibliotecas universitárias brasileiras.**

TAVARES, Vinicius dos Santos; MELO, Rosane Braga de. Possibilidades de aprendizagem formal e informal en la era digital: ¿lo que piensan los jóvenes nativos digitales?. **Psicol. Esc. Educ. [online]**. 2019, vol.23, e183039. Epub Aug 05, 2019. ISSN 2175-3539. <http://dx.doi.org/10.1590/2175-35392019013039>.

TODD, R. (2001). **O que queremos para o futuro das bibliotecas escolares. Rede de Bibliotecas Escolares 1.** Acesso em 23 de maio de 2020 em [http://www.rbe.min-edu.pt/np4/file/396/01\\_bibliotecarbe.pdf](http://www.rbe.min-edu.pt/np4/file/396/01_bibliotecarbe.pdf)



ISSN 2595-5519

VIEIRA, D. V., & DA CUNHA, M. B. (2013). O Marketing de geolocalização em Bibliotecas Universitárias: o uso dos dispositivos móveis para promover as bibliotecas. In **Anais do Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação-FEBAB** (Vol. 25, pp. 2379-2394).

VIEIRA, D. V., DA CUNHA, M. B. (2015). Código QR em bibliotecas possibilidades de promoção do acervo. RBBB. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, 11, 654-671.

Uso da TI - Tecnologia de Informação nas Empresas Pesquisa Anual do FGVcia. **31ª Edição, 2020 (Coordenação: Prof. Fernando S. Meirelles)**. Disponível em:  
[https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/u68/fgvcia2020pesti-resultados\\_0.pdf](https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/u68/fgvcia2020pesti-resultados_0.pdf)