

Seminário FESPSP “Cidades conectadas: os desafios sociais na era das redes”
17 a 20 de outubro de 2016

GT 3 - Apropriação midiática em serviços de informação para o desenvolvimento da competência informacional e da cidadania.

Booktube como instrumento de Disseminação da Informação para a Geração Digital

Sthéfani Paiva*

Faculdade de Biblioteconomia e Ciência da Informação (FaBCi)

Resumo: Apresenta o andamento da pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (FESPSP) que será submetido à Faculdade de Biblioteconomia e Ciência da Informação (FaBCi) para a obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia e Ciência da Informação, que visa avaliar o *Booktube*, um tipo de canal de vídeos hospedado na rede social *online Youtube*, com a temática voltada, principalmente, ao universo literário, como um instrumento de Disseminação da informação para jovens da Geração Digital.

Palavras-chave: Booktube; Disseminação da Informação; Geração Digital.

1 INTRODUÇÃO

Os jovens são o futuro. Seus desejos, vontades e perspectivas são o que definem a manutenção e a construção de qualquer sociedade, das empresas aos governos. Os jovens da nossa atualidade são conhecidos como a Geração Digital: nascidos a partir do final dos anos 70, não conhecem o mundo sem *internet* e não diferenciam a vida *online* da *off-line*. São nativos digitais, migram de uma plataforma para outra sem dificuldades, da *internet* para o telefone, do telefone para o vídeo e retornam novamente à *internet*. Ficam expostos constantemente a um fluxo intenso

* Graduanda em Biblioteconomia e Ciências da Informação. E-mail: sthefanicpaiva@gmail.com

de informações, o que criou um perfil mais exigente, antenado, crítico e preocupado com as experiências que lhe são proporcionadas, inclusive, que justifiquem o compartilhamento dessas vivências com os amigos nas redes sociais *online*.

Pertencentes a Geração digital, os jovens leitores contemporâneos tornaram-se muito mais que meros espectadores de suas leituras, mas também consumidores e produtores de conteúdo: colaboradores ativos, modificando, criticando e compartilhando opiniões sobre a obra original, não aceitam o que passou para eles, sem ao menos questionar. Jenkins (2009, p. 45) explica:

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos.

Sendo este o perfil dos leitores atuais, eles próprios, visando suprir as necessidades de comunicação, divulgação e fornecimento de informações, procuraram adaptar as mais populares redes sociais *online* da atualidade para conversarem sobre o mundo literário. Um desses casos é o *Booktube*, objeto de pesquisa deste trabalho.

Adaptado dentro da rede social *online* de vídeos *Youtube*, o *Booktube* é um tipo canal de vídeos que tem como temática principal o universo literário. O produtor de conteúdo para essa rede, conhecido como *Booktuber*, compartilha com seus seguidores suas leituras, o que achou delas, opiniões sobre o mercado editorial, fazem brincadeiras com personagens de livros, compartilham dicas de como organizar leituras e estantes ou lançamentos de livros, tudo em formato de vídeos publicados na plataforma do *Youtube*.

Supondo, nas palavras de Lara e Conti (2003, p. 26), disseminação da informação é “[...] tornar público a produção de conhecimentos gerados ou organizados por uma instituição”. Essa descrição de disseminação da informação é possível observar nos *Booktubes*: mesmo que seu maior objetivo seja compartilhar experiências pessoais de seus donos com o universo literário, esse tipo de canal acaba, conseqüentemente, divulgando o trabalho das editoras, uma instituição

comercial de livros, movimentando o mercado editorial que tenha publicações voltadas para o público-alvo do canal: os jovens da Geração Digital.

Partindo desta suposição, a motivação em desenvolver o tema desta pesquisa foi provocado por questões pessoais e profissionais. Ao longo do curso de Biblioteconomia, a autora se interessou pela área de desenvolvimento de estratégias criativas para atrair e despertar o interesse dos usuários para a leitura. Como fã e seguidora de *Booktubes*, não tinha pensado em relacionar o tema com a sua área de atuação, até ver uma menção no *site/blog* Bibliotecários sem Fronteiras (BSF) (OKUBO, 2014), um *website* importante e popular de Biblioteconomia, indicando aos bibliotecários a utilização do formato de *Booktube* para divulgar as suas coleções. Juntando a maior área de interesse pessoal da sua graduação com um *hobby*, a autora pegou tal menção como um gancho de pesquisa, iniciando o desenvolvimento deste trabalho.

Essa pesquisa se faz importante, pois como já mencionado no início do texto, os jovens são a base fundamental para o desenvolvimento da sociedade. Estudar estratégias para atingir e atender este público é fundamental para qualquer área do conhecimento, incluindo a Biblioteconomia. Focando em uma das ações do fazer profissional do bibliotecário, a Disseminação da Informação, esta pesquisa avaliará o *Booktube* como um instrumento de Disseminação da Informação para a Geração Digital.

2 GERAÇÃO DIGITAL: HISTÓRICO E CARACTERÍSTICAS

Do nascimento até a morte, passamos muitas vezes por fases características de um determinado tempo, completamente próprio daquele momento. Segundo Johnson (1997, p. 116) geração “é um conjunto de indivíduos nascidos aproximadamente na mesma época”, que, conseqüentemente, são pessoas que vão se moldando da mesma forma por estarem rondadas pelas mesmas situações sociais, movimentando e transformando tudo ao redor. Tais mudanças acontecem, porque essas pessoas se tornam protagonistas de sua atualidade e exercem adaptações que visam melhorias para si e a para a sociedade no todo. A geração do nosso tempo é a Geração Digital.

A Geração Digital, conhecida também como Nativos digitais (PRENSKY, 2001), Geração internet (TAPSCOTT, 2010), Geração do milênio (GIARDELLI, 2013) e

Geração Y (OLIVEIRA, 2015), é caracterizada pelas pessoas nascidas a partir do início do final dos anos 70. São jovens que acompanharam conjuntamente as inovações das novas tecnologias do novo mundo (pós-Guerra Fria), ou seja, o mundo entrelaçado às novas tecnologias e ao mundo virtual. A convivência diária com essas novas tecnologias fez com que esses jovens criassem novos hábitos, rotinas, gostos, modos de pensar, visões de mundo, estilos de vida e identidades bastante diferentes das dos seus pais, ‘os antigos jovens’ *baby boomers* (1946-1964) e *baby busts* (1965-1976), habitualmente os atuais administradores do mundo.

Apesar de ser considerada como uma geração diferente, em comparação aos seus antecedentes, devido ao elevado nível da utilização dos meios tecnológicos, a Geração Digital é um “eco” de suas gerações anteriores, elas já davam sinais das características mais determinantes dos jovens da nossa atualidade. Para melhor esclarecimento e desenvolvimento desta pesquisa, este capítulo falará sobre os antecedentes geracionais e as características da Geração Digital.

2.1 Baby boomers – Geração TV

Os nascidos entre 1946 e 1964 são considerados *baby boomers*. Com o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945, com o regresso dos soldados que estavam em combate, as pessoas encontraram a paz para finalmente formarem suas famílias. Os homens voltavam aos seus lares e a economia estava cada vez mais forte e estabilizada, favorecendo a segurança que os casais precisavam para aumentar sua prole. Além disso, a economia em crescimento incentivou a imigração de estrangeiros para os maiores polos econômicos do mundo. Em poucos meses, era registrado o nascimento abundante de crianças, uma “explosão de bebês”, o que originou o termo representativo dessa geração: *baby boomers* (PENA; MARTINS, 2015, p. 9; TAPSCOTT, 2010, p. 22).

Segundo Chiuzi, Peixoto e Fusari (2011), as gerações podem ser entendidas, em parte, como fenômenos sociais, pois suas crenças, valores e prioridades, são consequências diretas da época em que foram criadas, podendo ser consideradas produtos de eventos históricos. No caso da geração *baby boom*, vários nomes seriam capazes de identificá-la, pois foi uma época de grande transformação mundial, mas uma se destaca: a Geração TV. O grande impacto da revolução nas

comunicações, liderada disparadamente pela ascensão da televisão, que moldou essa geração mais do que qualquer outra.

Os *baby boomers* abriram um precedente como uma grande ameaça geracional aos seus antepassados. As gerações anteriores não tiveram o luxo de uma adolescência prolongada; após uma infância breve, as crianças entravam direto no mercado de trabalho. Mas os *baby boomers* cresceram em uma época de relativa prosperidade e frequentaram a escola por muito mais tempo do que seus pais. Eles tiveram tempo de desenvolver sua própria cultura jovem. Rock'n'roll, cabelos compridos, protestos, roupas estranhas e novos estios de vida incomodavam seus pais. Também tiveram uma nova mídia por meio da qual podiam comunicar sua cultura - a televisão. (TAPSCOTT, 2010, p. 16).

As famílias até então se reuniam ao redor do rádio para escutar os noticiários e as propagandas, imaginando em suas mentes os detalhes que o áudio não era capaz de transmitir, mas foi somente as tevês se tornarem populares que praticamente se tornou natural a aquisição desse meio de comunicação pelas pessoas. Era a novidade do século! Além de escutar a voz das pessoas que se encontravam tão distantes, também seria possível vê-las. Os programas, que eram escassos, foram se multiplicando vertiginosamente, mesclando realidade e ficção, criando uma programação mais diversa para agradar todo o público que crescia a cada dia.

Nas palavras de Tapscott (2010, p. 24) “a televisão criou um mundo alternativo em tempo real. Também começou a consumir uma parte significativa do dia da maioria das pessoas”. Os televisores só chegavam a 12% das famílias americanas em 1950, mas em 1958 o número já chegava a 83%. Isso ressalta o qual rapidamente a televisão tinha se tornado a tecnologia de comunicação mais poderosa daquele momento, tirando o pódio dos rádios e dos filmes nos cinemas. Qualquer grande evento dessa época ganhou força por ser transmitido pelos televisores, como os protestos contra a Guerra do Vietnã e os movimentos pelos direitos civis americanos. A geração *baby boomer* estava vendo através de uma tela o seu protagonismo transformador na sociedade.

2.2 Baby bust – Geração x

Os *baby busts* são os nascidos entre 1965 e 1976, mais ou menos dez anos após o *baby boomers*, as taxas de natalidade caíram drasticamente, o que deu

origem ao termo *Baby bust* (retração da natalidade), mas foi um termo que não se popularizou. No lugar, o termo mais utilizado foi o Geração X, em referência a um romance de Douglas Coupland, que especificava como “X” o grupo que se sentia excluído da sociedade, mas ao entrar no mercado de trabalho, seus irmãos mais velhos, pertencentes a geração *Baby Boom*, já estavam com todas as vagas (TAPSCOTT, 2010, p. 25).

A Geração X é conhecida como a mais bem instruída da história, devido as grandes taxas de desemprego, a maior capacitação intelectual era o diferencial para conseguir uma vaga e, mesmo assim, estavam à mercê dos menores salários iniciais, desde a Depressão econômica de 1930. Ao enfrentar essa realidade, ainda influenciados pela necessidade de comunicação expansiva trazida pela televisão, hoje são comunicadores agressivos e extremamente centrados na mídia. São os que mais chegam perto da Geração Digital, ao lidar com as tecnologias, pois cresceram com as transformações tecnológicas, como a chegada da televisão a cores, *videogames*, brinquedos eletrônicos, do telefone celular, do computador, da *internet*, máquinas fotográficas digitais, entre outras tecnologias que hoje fazem parte do cotidiano (GERBAUDO, 2011, p. 206).

Assim como sua geração sequente, veem o rádio, a televisão, o cinema e a *internet* como mídias não especializadas, disponíveis para que todos acumulem informações e apresentem seu ponto de vista, de forma crítica.

2.3 Geração Digital

Como já comentado no início do capítulo deste trabalho, as pessoas que compõe a Geração Digital são os nascidos a partir do final dos anos 70. Não existe um consenso sobre o fim desta geração, pois enquanto os anos passam, os novos jovens que vão surgindo, têm mantido as principais características que o fariam pertencer à Geração Digital.

Um dos principais motivos para essa geração estar durando tanto é a quantidade significativa de *baby boomers* que adiaram a gravidez até uma idade mais elevada, trinta ou quarenta anos. A época era próspera e com uma construção social abastada, ao mesmo tempo que incentivou muitos casais a expandirem suas famílias, também encorajou outra parcela dessa geração a prolongar a sua juventude, se dedicando a interesses individuais, como carreira e estudos, até

mesmo desenvolvendo sua própria cultura, que era transmitida pela televisão. O planejamento familiar chegaria mais tarde para a realidade dessas pessoas, o que fez seus filhos, que compõe a Geração Digital, chegarem muito mais tarde, em diferentes proporções durante os anos, na sociedade.

A nomenclatura Geração Digital veio do total convívio, praticamente uma imersão, com as plataformas digitais.

Se observar os últimos vinte anos, ficará claro que a mudança mais significativa que afetou a juventude foi a ascensão do computador, da internet e de outras tecnologias digitais. É por isso que chamo as pessoas que cresceram durante esse período de Geração Internet, a primeira geração imersa em bits. (TAPSCOTT, 2010, p. 28).

Eles passaram a vida inteira cercados e usando computadores, vídeo games, tocadores de música digitais, câmeras de vídeo, telefones celulares, e todos os outros brinquedos e ferramentas da era digital [...] Nossos estudantes de hoje são todos “falantes nativos” da linguagem digital dos computadores, vídeo games e internet. (PRENSKY, 2001).

As novas tecnologias proporcionaram a esses jovens extrapolar os níveis de comunicação, informação, visão de mundo e tudo o mais que os *baby boomers* e as pessoas da Geração X já estavam alavancando em seus anos de destaque como protagonistas sociais.

A televisão foi o grande marco para os *baby boomers*, enquanto para a geração X foi a superprodução e consumo de informação. Para a Geração Digital, é evidente que a mudança mais significativa foi a ascensão do computador, da *internet* e de outras tecnologias digitais. A influência de ambos os aspectos mais importantes de suas gerações anteriores está presente na sua realidade, por ser o resultado de uma evolução social, mas agora acontece em diversas plataformas, principalmente eletrônicas, e de diversas formas ao mesmo tempo, igual à mente desses jovens: multidimensional e multitarefada, *online* na *internet*.

Provavelmente você conhece um jovem que tenha entre 11 e 31 anos de idade. Você pode ser um pai, tio, professor ou empresário. Você já viu esses jovens realizando cinco atividades ao mesmo tempo. Vê a maneira como eles interagem com as várias mídias - por exemplo, assistindo a filmes em telas de duas polegadas. Eles usam seus celulares de uma maneira diferente. Você fala ao telefone e verifica seu e-mail; para eles, e-mail é algo ultrapassado. Eles usam o celular para enviar mensagens de texto incessantemente, navegar na internet, achar endereços, tirar fotos, fazer vídeos e colaborar. Parecem entrar no facebook sempre que podem, inclusive no trabalho. Um programa de mensagens instantâneas ou o Skype está sempre ativo no fundo. (TAPSCOTT, 2010, p. 19)

Essa desenvoltura com as tecnologias e a forma como funciona a mente dessa geração, criou particularidades totalmente próprias deles, dignas de melhor análise. Levando em consideração que, este trabalho tem como destaque, um instrumento de Disseminação da Informação para os jovens leitores contemporâneos, que fazem parte da Geração Digital, a autora considerou pertinente expor tais aspectos no subcapítulo a seguir.

2.3.1 Características da Geração Digital

A Geração Digital tem algumas características que, além de determinar o marco divisor de gerações, ajuda a melhor compreender como a mente deles funcionam. A seguir, um breve esclarecimento dessas peculiaridades.

Liberdade em tudo o que fazem: Todo mundo gosta de liberdade, mas não se compara na quantidade necessária para essa geração. Escolha é uma das palavras chaves para despertar o interesse deles. Enquanto seus antecessores se sentem perdidos na grande diversidade de opções que surgem, como canais de vendas, produtos ou marcas, para a Geração Digital é considerada normal, pois estão lhe oferecendo a oportunidade de escolher o que seja mais adequado as suas necessidades (TAPSCOTT, 2010, p. 48).

Segundo Telles (2009, p. 18-21) eles não trabalham com horários fixos, o que também não gera os momentos de grande fluxo de pessoas ou acessos, conhecido popularmente como “horário de pico” ou “horário nobre”, pois cada um faz seu horário, quando bem preferirem. Eles exploram as propriedades de troca de horários, usando serviços que lhe ofereçam informação, entretenimento, educação ou trabalho no horário que eles preferem. Ferramentas como *Netflix* ou *YouTube*, que enviam informações multimídia (*streaming*) através da internet a hora que preferirem, plataformas EAD (educação a distância) ou o modelo de trabalho *home office* (trabalhar em casa), são grandes atrativos para essa geração.

Customizar/Personalizar: De acordo com Tapscott (2010, p. 49), antigamente, todas as mídias e objetos eram fornecidos de forma padronizada ao seu público. Hoje, os jovens podem personalizar a mídia à sua volta - a área de trabalho do computador, o toque musical ou a capinha do celular, descanso de tela e

as fontes de notícia e entretenimento. O que entra de acordo com o que Anderson (2006, p. 183) aborda ao falar de “microcultura”:

Estamos deixando para trás a era do bebedouro, quando quase todos víamos, ouvíamos e liamos as mesmas coisas, que constituíam um conjunto relativamente pequeno de grandes sucessos. E estamos entrando na era da microcultura, quando todos escolhemos coisas diferentes (ANDERSON, 2006, p. 183).

Novos investigadores: Ao adquirir qualquer produto ou serviço, eles pesquisam minuciosamente tudo que precisam saber antes de tomar a decisão final. A Geração Digital espera total transparência das informações fornecidas pelas empresas, pois assim pode verificar tudo que for necessário. Eles sabem sobre o seu poder de mercado, permitindo exigirem mais das empresas, inclusive, dos seus empregadores (TAPSCOTT, 2010, p. 49).

Entretenimento/Diversão: A Geração Digital procura transformar qualquer atividade de sua vida em diversão, da vida social ao trabalho. Transformar suas atividades em desafios empolgantes e interativos, exatamente como a lógica dos videogames, um dos aparelhos mais populares dessa geração, é algo primordial para manter a atenção desses jovens. Eles aprendem escutando música, vendo vídeos, resolvendo desafios de jogos ou transformando uma mídia em outra, como textos em imagens (PRENSKY, 2001).

Relacionamento e colaboração: Os jovens colaboram nas redes sociais online, jogam videogames com múltiplos jogadores ao mesmo tempo e trocam mensagens, textos ou arquivos compulsivamente para o trabalho ou escola ou pela simples diversão. É essencial para essa geração interagir com algo enquanto faz qualquer coisa do seu cotidiano (TAPSCOTT, 2010, p. 50).

Não se conformam mais em receber passivamente as informações, eles têm que fazerem parte do que estão lhe oferecendo. São críticos e opinativos, não se conformando em serem receptores passivos, necessitam expressarem suas ideias e experiências para o mundo, e no caso de produtos materiais, deixar bem evidente para as empresas que os fornecessem a sua satisfação ou insatisfação. (JENKINS, 2009, p. 45; TEELES, 2009, p. 18)

Essa segurança que todas as suas opiniões compartilha na *internet* são isentas de qualquer influência de ganhos, faz com que eles acreditem na opinião dos outros usuários facilmente, supondo que o outro também tenha a mesma intenção ao colaborar – disponibilizar informações para facilitar a vida de todos. Especialistas da área de *marketing* supõe que futuramente, produtos e serviços de qualidade só existirão devido ao *buzz* (buchicho) gerado viralmente nas redes sociais online por essa nova geração (TELLES, 2009, p. 22).

Velocidade: O avanço das tecnologias e uma base de dados de contatos globais tornaram a comunicação rápida algo imprescindível para Geração Digital.

Num mundo no qual a velocidade caracteriza o fluxo de informações entre vastas redes de pessoas, a comunicação com amigos, colegas e superiores acontece mais rápido do que nunca [...] – cada mensagem instantânea deve gerar uma resposta instantânea. (TAPSCOTT, 2010, p. 50)

Para Oliveira (2015), Prensky (2001) e Telles (2009, p. 15) a instantaneidade da *internet* é a culpada por criar essa ansiedade exagerada nos jovens, pois ficaram acostumados a receber informações muito rapidamente. Eles gostam de processar muitas coisas por vez, realizar múltiplas tarefas. Preferem gráficos antes do texto ao invés do oposto. Escrevem e leem de forma não linear, utilizando formatos como o hipertexto, que é uma escrita de texto não sequencial, que “permite o usuário fazer conexões entre informações e documentos por meio de palavras que contem ligações com outros textos (hiperlinks)” (TELLES, 2009, p. 15).

Inovação: A Geração Digital consome produtos e serviços que lhe ofereçam novas funções comparadas aos objetos que já possuem e não porque o antigo saiu de moda ou não funciona mais. O que hoje é visto como a revolução tecnológica, em poucos peses já é considerado defasado e é substituído facilmente por essa geração. Também a facilidade da comunicação entre comunidades hoje faz com que eles identifiquem mais rápido as necessidades emergentes e trabalhem no desenvolvimento de soluções para tal. (TELLES, 2009, p. 25; TAPSCOTT, 2010, p. 50).

Menor contato pessoal: Tendo a opção de intermediar contatos através dos meios tecnológicos, essa geração sente uma menor necessidade de contato com

peessoas. Para comprar um produto, eles podem procurá-lo em um site de busca, analisar a opinião de outros clientes em redes sociais *online*, negociar o preço por um programa de mensagem instantânea ou *e-mail* e comprar o produto através de uma loja *online*. Para pagar uma conta, usam os aplicativos bancários em seus smartphones. Para divulgar alguma atividade, criam uma página no *facebook* ou postam um vídeo no *Youtube*. O que podem fazer sem precisar encontrar pessoalmente, eles fazem. (TELLES, 2009, p. 24)

3 DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO

A Biblioteconomia é a ciência que tem como principal objeto de pesquisa a informação, assim sendo, além de estudar os aspectos de representação, sistematização e do uso da informação, o profissional formado nesta área, o bibliotecário, também é responsável pela sua difusão, conhecida na área pelo termo Disseminação da Informação. Os serviços planejados para praticar essas atividades do profissional são importantes mecanismos que envolvem coleta, organização e distribuição da informação, que gera conhecimento essencial para a vida pessoal e profissional dos usuários. Supõe-se, nas palavras de Lara e Conti (2003, p. 26) que Disseminação da Informação é “tornar público a produção de conhecimentos gerados ou organizados por uma instituição”, o que corrobora com a afirmativa passada por Barros (2003, p. 41), de que “disseminar significa, em alguma medida, divulgar, difundir, propagar, mediante condições e recursos de que se cerca o agente”, que seja, direcionado para a Biblioteconomia, a divulgação dos recursos informacionais dos centros de informações, como bibliotecas, museus ou arquivos.

A biblioteca contribui de várias formas para que o usuário adquira domínio sobre suas áreas de interesse, seja pela organização de dados e informações registradas, seja pela busca e disseminação dos conteúdos armazenados. Estabelecer um serviço de Disseminação da Informação nas bibliotecas é uma forma de gerar conhecimento, já que propaga a divulgação e uma maior procura pela informação, de forma adequada, sem desperdício de tempo ou esforço por parte do usuário.

Para a prática desta atividade, existem dois aspectos fundamentais que precisam ser analisados: a suposição de que há informações a serem disseminadas e que a própria prática envolve estratégias e técnicas de comunicação (BARROS,

2003, p. 53). Apesar de não existir conceito único, ao levarmos em consideração o significado presente na linguagem contemporânea, que informação é conhecimento comunicado (CAPURRO; HJORLAND, 2007, p. 149), podemos concluir que informação seria tudo aquilo que pode ser transmitido a outro, que colabore no processo de aprendizagem e na construção do conhecimento, individual ou coletivo, assim, para definirmos se algo precisa ser disseminado ou não e de que forma precisa ser feito, é necessário que o bibliotecário analise o perfil e a área de interesse do público dos centros de informação, viabilizando um serviço de DI planejado, funcional e contínuo, assumindo um papel de grande relevância no processo de transmissão da informação (DIAS, 2005, p. 70).

Outro quesito a se considerar na questão, nas palavras da especialista Barros, diz respeito ao “formato” com que a disseminação apresenta.

Se o seu conteúdo é a informação, enquanto mensagem, esse “formato” está dado pelo veículo e pelas estratégias utilizadas no processo que configura a disseminação. Portanto, disseminação é, ao mesmo tempo, processo e ação, definida por atividades, serviços e produtos informacionais, abrangendo tanto aqueles considerados tradicionais ou conservadores quanto os mais atuais e/ou inovadores. Aliás, podendo uns e outros conviver sem conflitos. (BARROS, 2003, p. 56).

Assim, o formato com que a informação será transmitida para o usuário, também é de grande relevância. Cada usuário tem suas próprias características, o que pode ser muito agradável para um, pode não ser para outro e o profissional bibliotecário precisa estar atento a isso, pois com a liberdade e a diversidade de recursos existentes em nossa atualidade, é possível analisar e direcionar, conforme seja mais agradável para seu público-alvo, o mesmo conteúdo de várias formas e em diferentes plataformas.

[...] é essencial que o profissional tenha qualificação técnica, aprimorada através de educação continuada, para exercer a função em que atua; tenha a capacidade de reconhecer qual ferramenta de busca possui interface cognitiva com o usuário e que traga como resultado documentos primários que respondam as necessidades dele. (DIAS, 2005, p. 48).

Seguindo a lógica do pensamento de Dias (2005), a qualidade da DI é dependente do conhecimento e da capacitação do seu mediador, isto é, do profissional bibliotecário.

Como pontuado no capítulo anterior deste trabalho, a expansão e o desenvolvimento das novas tecnologias mudou completamente as ferramentas disponíveis e o perfil da sociedade, como exemplo, o meio de comunicação que antes era transmitido pelas pessoas de forma passiva, através da televisão, hoje é predominantemente feito de forma interativa, através da *internet*. Assim, o profissional da informação necessita aprimorar constantemente sua formação, equiparando seus conhecimentos e prática profissional com a dinâmica de entendimento e desenvolvimento de seus usuários.

Nesse sentido, exige-se dele um perfil que, descrito por Guimarães (1997, p. 133-134) é o de Moderno Profissional da Informação (MIP) que, ao contrário da abordagem clássica tecnicista da área de Biblioteconomia, possui uma visão holística, com um vasto leque de conhecimentos gerais, de idiomas, de informática, de comunicação, que seja aberto, atento e flexível às mudanças, sendo competente para fazê-las quando necessário. O que parece estar em questão é um novo perfil do profissional do conhecimento, como um indivíduo que vive testando suas experiências, que é receptivo a novos aprendizados e é um profissional que usa a criatividade para moldar cada experiência.

Deve ser ressaltado que, de acordo com Barbalho (2002), a competência do profissional, de modo geral, refere-se ao conjunto de capacidades, seus níveis de integração e aplicação nos diferentes âmbitos da vida individual ou social, que se expressa através de uma síntese das experiências de vida que cada profissional possui, produzindo um *saber fazer* consciente, sendo que a iniciativa para tal é de responsabilidade do próprio profissional; isto é, só ele é capaz de identificar seus pontos fortes e fracos ao enfrentar as situações de sua rotina e trabalhar para que as características negativas sejam minimizadas e as positivas alavanquem o desempenho de sua instituição.

As competências envolvem atributos que influenciam o modo de agir de cada profissional, de buscar uma atuação que valorize suas atividades amparado em seu conhecimento, pertinente com as expectativas geradas pelo perfil do usuário que deve ser atendido, e, acima de tudo, apoiar a prática nas reais necessidades do fazer profissional, que visa, principalmente, o desenvolvimento justo do indivíduo e de seu ser cidadão.

Pertence ao bibliotecário, a utilização adequada das fontes de informação, sejam elas tradicionais, como os materiais impressos, ou modernas, como as redes

sociais, para atingir o usuário; as estratégias de DI precisam estar relacionadas aos canais de comunicação e nas fontes de informação, sendo capaz de completar todo o processo.

Enfim, para o desenvolvimento do serviço de DI, se faz necessário bibliotecários competentes e com habilidades de boa interação com sua equipe de trabalho e com usuários. Somente os profissionais bem preparados, com formação básica e continuada de qualidade, que saibam direcionar informações que se transformem em conhecimento para os seus usuários, e que saibam disseminar tecnicamente a informação, terão condições de aproveitar as oportunidades e enfrentar qualquer circunstância adversa, beneficiando seus usuários.

3.1 Usuários pertencentes à Geração Digital

Como já esclarecido no capítulo anterior deste trabalho, Geração Digital é composta por todas as pessoas nascidas a partir do final dos anos 1970, subentende-se que todos os usuários que frequentam as bibliotecas, com a faixa de idade que regrida por volta dos 40 anos, façam parte da Geração Digital. Basicamente, o que os fazem chegar em um ponto em comum é a imersão tecnológica, preferindo o acesso à informação, através das plataformas digitais. Sendo suas áreas de interesse diversas, cabe ao bibliotecário estar bem preparado para atender a demanda em sua abrangência informacional, além de conhecer o acervo e sua organização. Como esta pesquisa foca nas pessoas pertencentes a Geração Digital que tem interesse por literatura, afim de esclarecer melhor certos aspectos da Disseminação da Informação, a autora dará como exemplo alguns aspectos referentes ao “universo literário”.

Os resultados das buscas variam, dependendo do tipo de necessidade informacional de cada usuário. Nesse aspecto, Lancaster (1996, p. 188) destaca três possibilidades de busca:

- O usuário quer descobrir se existe algo escrito acerca de um determinado assunto e ficará satisfeito ao encontrar esse. Levantamento inicial e geral que, no caso dos leitores, seria saber se existe no acervo algo relacionado à literatura;
- O usuário quer recuperar uma seleção de itens representativos sobre um assunto, mas não necessita encontrar tudo. O que representa um levantamento

específico, já sabendo que existe algo dedicado à literatura, o que precisa é saber se existe o gênero que lhe interessa;

- O usuário quer uma busca exaustiva, ou seja, tudo sobre o assunto tem de ser recuperado. Representa um levantamento minucioso, não levando em consideração a profundidade que o assunto é abordado, como verificar tudo que fale sobre literatura no acervo, desde as próprias histórias, como também análises.

As bibliotecas desenvolvem suas funções por meio de processos, como por exemplo: armazenagem, preservação, processamento técnico, estudo de perfis dos usuários, estabelecimento de políticas, instrução, divulgação, entre outros, para disponibilizar produtos e serviços e transmitir a informação requisitada. Para conseguir atingir esse objetivo, se faz necessário o estudo de usuário e o levantamento de seu perfil, pelo qual é possível detectar as suas necessidades informacionais, seus hábitos, expectativas e exigências e a forma mais adequada de disponibilizá-la, com a pretensão que este profissional obtenha, analise, sintetize e avalie essas informações de forma rápida e precisa.

No caso dos leitores pertencentes a Geração Digital, podemos analisar as suas características com o estudo de usuário e o levantamento do perfil, podendo ser apresentada da seguinte forma:

- Necessidades informacionais: se apresenta como interesse a ter acesso as informações pertinentes ao universo literário, sendo: notícias, títulos disponíveis ou resenhas e que tais informações estejam em uma plataforma que seja possível a interação com outros usuários que compartilhem o mesmo interesse;

- Hábitos: estaria ligado a liberdade de escolher o que, quando e por onde eles pudessem acessar à informação. Eles preferem que haja um catálogo diverso e que tudo esteja disponível em múltiplas plataformas para escolherem conforme preferirem. Por terem autonomia, eles preferem ter acesso à informação nos horários que lhe forem mais convenientes: desde o horário comercial até a madrugada, o que é facilitado pela *internet*. Também esperam que o conteúdo esteja disponível de forma que possam ter permissão para utilizá-la em múltiplas plataformas, como computadores, *smartphones*, sites ou redes sociais. Customização é outro fator que merece destaque, já que eles personalizam tudo que utilizam, na questão do acesso à informação, a plataforma que a possibilita, precisaria ter como opção caracterizações que o individualizasse dos demais;

- Expectativas: analisando que são investigadores, a Geração Digital acessa o que precisa, já com a certeza do que vão encontrar. Pensando em uma forma de atender essa característica, ao disseminar informação, seria conveniente disponibilizar meios para que eles tivessem como verificar se o que precisam está disponível, de uma forma que traga outro elemento chave dessa geração: o entretenimento. Eles precisam estar, constantemente, entretidos com o que devem interagir para dar a devida atenção e isso funciona, basicamente, mudando a dinâmica para fornecer esse conteúdo a eles, com constantes inovações;

- Exigências: Só mencionada mais no final, mas visto como algo primordial na realização de qualquer coisa na vida desta geração, a velocidade. Cresceram acostumados com um fluxo intenso de informação e por conseguirem processar muitas coisas ao mesmo tempo, preferem que o conteúdo seja passado em fotos, gráficos ou vídeos, em oposição à forma escrita, o que possibilita a assimilação de forma mais rápida. Com a exigência da velocidade, cria-se a demanda de que tudo seja feito de forma mais prática, resultando em soluções por meios tecnológicos, preferencialmente *online*, minimizando o contato pessoal.

Esses usuários chegarão ou terão que ser atraídos às bibliotecas, a partir de suas necessidades informacionais e por mais que, segundo Barros (2003, p. 33), a virtualidade e a instantaneidade da informação permitiram que estes usuários conquistassem cada vez mais a autonomia em suas buscas nos centros de informação, ela nunca será plena, tanto pela rotatividade de ciclos de pessoas, que utilizaram a biblioteca, como a falta de conhecimento no manuseio de todas as ferramentas disponíveis. Assim, sempre se fará necessário a presença de um profissional bibliotecário para mediar o encontro entre o usuário e a informação. A partir dessa concepção, a autora interpretou como necessário a criação do próximo subcapítulo, que fará uma breve sistematização do papel do bibliotecário na disseminação da informação para a Geração Digital.

3.2 O papel do bibliotecário na disseminação da informação para a geração digital

Em aspectos mais gerais, a função do bibliotecário se mantém a mesma: informar. O que muda, ao longo do tempo, é a forma que ele assume (ou não) esse papel, se qualificando pela formação continuada, pela postura profissional, pelo

posicionamento social, pelas estratégias e pelo instrumental adotado (BARROS, 2003, p. 30).

Para realizar suas atividades como profissional em qualquer tipo de instituição que atue, o bibliotecário deve ser capaz de, na opinião da Dias (2005, p. 49):

... planejar, implantar e gerenciar redes, serviços, sistemas e centros de informação; processar, resumir, editar, recuperar e avaliar a informação em suas diferentes modalidades; identificar os problemas voltados ao uso e à gestão da informação e desenvolver produtos e serviços para solucioná-los; desenvolver e gerenciar programas voltados à otimização de processos em torno do uso e gestão dos dados, informações e do conhecimento nas organizações.

O processo de gestão nas organizações vem sofrendo mudanças em função da necessidade de adaptação de cada indivíduo, aos problemas que surgem no fazer de suas atividades, valorizando a sua capacidade de explorar suas qualidades intelectuais (BARBALHO, 2002).

O espaço no qual a informação está sendo produzida, localizada, armazenada, distribuída e utilizada é um lugar de atuação do bibliotecário. Entretanto, para que ele atinja a forma mais completa de desempenho para o desenvolvimento do seu trabalho com qualidade, é preciso que ele aplique seus conhecimentos técnicos de acordo com as necessidades e o perfil de seus usuários, os únicos que motivam o existir da Biblioteconomia.

Desempenhar um serviço de Disseminação da Informação com qualidade só é possível com um profissional que saiba as possibilidades de transmissão mais adequadas ao seu público-alvo. Para tanto, ele precisa ser continuamente atualizado sobre as ferramentas disponíveis e o que seu público está usando e querendo acessar. De que forma isto é possível? Continuando a lógica de Dias (2005, p. 56), com a educação continuada.

A educação continuada é necessária e importante até para que o profissional bibliotecário possa disseminar a informação de maneira eficaz e, de certa forma, atender as necessidades do mercado de trabalho. Uma carreira profissional dura em torno de 30 a 35 anos; no ritmo em que as pesquisas avançam atualmente, isso indica que o profissional pode se tornar obsoleto para o mercado de trabalho em pouco tempo, pondo em evidência que é necessário atualizar-se sempre.

Os autores Januzzi e Montalli (1999) e Marchiori (1996) descrevem as características profissionais que são necessárias no mercado competitivo: domínio

dos conteúdos da graduação em Biblioteconomia; dominar diferentes áreas do conhecimento, com pós-graduações múltiplas e variadas; observar as tendências do mercado; noções de psicologia, português, inglês e informática. Tais atribuições podem ser consideradas o mínimo para o desempenho de qualquer profissional.

Identificando o profissional qualificado, as preocupações se voltam para os serviços não atendidos de forma correta na rotina do trabalho, como: solicitações não atendidas, tempo de espera do usuário para ser atendido e o tempo gasto para disponibilizar a fonte certa ao usuário. Lembrando que velocidade é uma das exigências da Geração Digital, é importante conscientizar este fator como um item imprescindível para um serviço ser considerado de qualidade. Assim sendo, além de se atentar a falta de conhecimento no manejo das ferramentas disponíveis, às necessidades e as expectativas dos usuários, o bibliotecário precisa atendê-los rapidamente (DIAS, 2005, p. 51).

Belluzzo (1995, p. 8) explicita que o profissional bibliotecário deve: “desde atender ao telefone, colocar livros nas estantes, preparar programas de divulgação, planejar edifícios, e até responder às questões de referência”. Das atividades mais simples às mais complexas, tudo colabora na satisfação dos usuários, que está ligada totalmente, além da qualidade dos serviços prestados, no atendimento oferecido. O bibliotecário tem que ficar em constante busca por aprimoramento em suas atividades, não considerando serviços de menor ou melhor desempenho, até mesmo mudando a visão desses profissionais, identificando uma melhor adaptação na relação usuário-bibliotecário, se fazendo necessárias atualizações, reciclagens e até mesmo, rotatividade das atividades no ambiente profissional, para todos visualizarem a importância de cada membro da equipe e as tarefas que desempenham. A prática da empatia com os colegas de profissão contribui para o melhor andamento das atividades propostas, inclusive, na Disseminação da Informação.

O bibliotecário como profissional de informação tem que estar capacitado para trabalhar com usuários diversificados, lidar com tecnologias de informação, adotar comportamentos compatíveis com o ambiente gerado pela explosão e dominância das tecnologias na sociedade, operando novos formatos de informação. Para tanto, Prensky (2001) analisa que os profissionais de perfis mais clássicos sentem dificuldades para lidar com esta situação, já que o público que esses profissionais precisam atingir funciona de forma espontânea e instantânea, semelhante à *internet*.

Pedroso (2008, p. 46), apesar de não descartar que estes profissionais possam se adaptar à nova realidade, sugere, para acompanhar o ritmo dos usuários mais modernos, um profissional (no caso, o bibliotecário) com o perfil correspondente.

Já estabelecido que a qualificação do bibliotecário é a base fundamental para ser considerado um profissional capacitado para exercer as atividades em Disseminação da Informação, o texto se voltará ao seu contexto na Geração Digital.

No estudo realizado por Silva (2001, p. 194) sobre o uso da *internet*, o autor argumenta que:

... uma das críticas à pesquisa realizada na Internet é o retorno volumoso de respostas. Entendendo-se que cada vez mais as pessoas têm menos tempo para dedicar-se à procura de informação que necessitam, torna-se o fato uma situação crítica para o indivíduo. Outro aspecto é a sensação de angústia diante do volume de informações a serem consultadas.

A *internet* para a Geração Digital é praticamente o seu lar, uma vez que moldaram suas personalidades e necessidades dentro do espaço *online*, mas o fluxo de informações neste ambiente continua sendo absurdamente grande e mesmo que eles estejam, supostamente, acostumados a lidarem com isso, ainda não tem a capacitação técnica para filtrar o que precisam, do que é descartável. Assim, abre-se um espaço ao profissional da informação, sabendo lidar com os meios tecnológicos disponíveis, tendo conhecimento técnico para selecionar o que é mais pertinente e também sabendo como atingir o perfil deste usuário conectado.

Nas palavras de Tapscott (2010, p. 100):

Para qualquer pessoa que queira atingir essa faixa etária, a melhor estratégia é a franqueza. Deve-se fornecer à Geração Internet informações amplas e facilmente acessíveis sobre os produtos. Quanto mais analisam um produto, melhor a sensação que têm em relação as suas compras, especialmente as que requerem um grande investimento financeiro ou emocional.

Considerando que o produto da biblioteca é a informação, por mais que o bibliotecário consiga filtrar de forma precisa as informações para repassá-las aos seus usuários da Geração Digital, eles preferem que não seja feita assim, mas de uma forma extensiva e, que dentro do conteúdo já filtrado, eles tenham autonomia para analisar e escolher o que considerarem interessante, sendo uma prática de um perfil **investigador**, que foi mencionado no capítulo anterior como uma característica dessa geração. Cabe ao bibliotecário identificar, entre sua gama de usuários, quais

deles tem o perfil da Geração Digital e ajustar suas pesquisas e a disponibilização delas de forma diversificada, tanto em conteúdo como em plataformas que permitam acessá-las de forma ampla passando a sensação de conforto e liberdade que se faz tão necessária a este usuário moderno.

Macedo (1990, p. 17-18) nos ensina que alerta e disseminação da informação servem para a divulgação do que é novo e demonstra os seguintes meios para tal: murais contendo notícias de eventos locais e externos, sobre recreação artística e listas selecionadas de novas publicações; *displays* para exibição de itens novos (livros, folhetos de editoras, catálogos diversos, notícias sobre escolas, universidades e concursos); apresentação da produção própria (bibliografias temáticas, didáticas e sobre literatura, sumários de periódicos correntes, resumos, etc. sobre assuntos novos e eventos), dispositivos para distribuição livre de folhetos variados, além de informações de interesse, pela mídia.

Como o público-alvo desta pesquisa é a Geração Digital, que vive em ambiente *online*, conectado à *internet*, é possível observar que todos esses meios de Disseminação da Informação não se limitam ao espaço físico das bibliotecas. Esse tipo de informação pode ser transferido para o meio em rede, usando instrumentos que agreguem todas as características fundamentais do usuário tecnológico abordado nesta pesquisa, algo que permita: customizar, investigar, entreter, interagir, que seja transmitida e acessada de forma rápida.

A autora conseguiu observar tais características em uma ferramenta pouco abordada nas discussões acadêmicas em Biblioteconomia: o *Booktube*. Hoje feita, utilizada e consumida por leitores, o *Booktube* se mostra como um instrumento funcional de divulgação de tudo relacionado ao universo literário, que, com uma breve observação, fazem o mesmo que é proposto no serviço de Disseminação da Informação e, mesmo voltado ao mercado editorial, aparentemente, alcança mais especificamente a Geração Digital. Procurando verificar tal suposição, a continuidade deste trabalho vai se dedicar a esclarecer: a origem, estrutura e funcionamento dos *Booktubes*; apresentar o *Booktube* como um instrumento de Disseminação da Informação; analisar, qualitativamente, o fluxo e o perfil de usuários dos *Booktubes* selecionados, para identificar se tais instrumentos são adequados à Disseminação da Informação na Geração Digital.

REFERÊNCIA

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BARBALHO, Célia Regina Simoneti. Gestão Baseada nas Competência. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 12,2002, Recife. Anais Eletrônicos ... Recife: SNBU, 2002. Disponível em: <<https://goo.gl/uZ7kpK>>. Acesso em: 26 set. 2016.

BARROS, M. H. T. C. Disseminação da informação: entre a teoria e a prática. Marília: [s.n.], 2003.

BELLUZZO, R. C. B. Da capacitação de recursos humanos à gestão da qualidade em bibliotecas universitárias: paradigma teórico prático para ambiente de serviço de referência e informação. 1995. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger. O conceito de informação. Perspectivas em Ciência da Informação, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr. 2007. Disponível em: <<http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/CAPURRO.pdf>>. Acesso em: 26 set. 2016.

CHIUZI, Rafael Marcus; PEIXOTO, Bruna Ribeiro Gonçalves; FUSARI, Giovanna Lorenzini. Conflito de gerações nas organizações: um fenômeno social interpretado a partir da teoria de Erik Erikson. **Temas psicol.**, Ribeirão Preto, v. 19, n. 2, dez. 2011. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1413-389X2011000200018&script=sci_arttext>. Acesso em: 1 jun. 2016.

DIAS, Simone Lopes. **A disseminação da informação mediada por novas tecnologias e a educação do usuário na biblioteca universitária**. 2005. 139 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Curso de Pós-graduação em Ciência da Informação, Universidade Estadual Paulista, Marília. Disponível em: <http://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/dias_sl_me_mar.pdf>. Acesso em: 26 set. 2016.

GERBAUDO, P. C. Como fortalecer a liderança para diminuir o conflito entre as gerações X e Y. **FAZU em Revista**, Uberaba, n. 8, p. 205-210, 2011. Disponível em: <<http://www.fazu.br/ojs/index.php/fazuemrevista/article/viewFile/288/284>>. Acesso em: 1 jun. 2016.

GIARDELLI, Gil. Como a geração milênio faz a diferença? Estudo global. **Exame.com**, São Paulo, 7 jun. 2013. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/pessoas-do-seculo-21/2013/06/07/como-a-geracao-milenio-faz-a-diferenca-estudo-global/>>. Acesso em: 1 jun. 2016.

GUIMARÃES, J. A. C. Moderno Profissional da Informação: elementos para sua formação no Brasil. Transinformação, Campinas, v. 9, n. 1, p.124-137, jan./abr. 1997. Disponível em: <<http://periodicos.puc->

campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/1597/1569>. Acesso em: 26 set. 2016

JANNUZZI, Celeste Aída Sirotheau Corrêa; MONTALLI, Katia Maria Lemos. Informação tecnológica e para negócios no Brasil: introdução a uma discussão conceitual. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 28, n. 1, p. 28-36, jan./abr. 1999. Disponível em:

<http://www.tce.sc.gov.br/files/file/biblioteca/informacao_tecnologica_e_para_negocios.pdf>. Acesso em: 26 set. 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JOHNSON, Allan G. Geração. In: _____. **Dicionário de sociologia**: guia prático de linguagem sociológica. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

LANCASTER, F. W. Avaliação de serviços de bibliotecas. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 1996.

LARA, Marilda Lopes Ginez de; CONTI, Vivaldo Luiz. Disseminação da informação e usuários. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 17, n. 3-4, p. 26-34, 2003. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-88392003000300004>>. Acesso em: 26 set. 2016.

MACEDO, Neusa Dias de. Princípios e reflexões sobre o serviço de referência e informação. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*. São Paulo, v. 23, n. 1-4, p. 9-37, jan./dez. 1990. Disponível em: <http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/_repositorio/2011/09/pdf_38f996a524_0018785.pdf>. Acesso em: 5 set. 2016.

MARCHIORI, Patricia Zeni. Que profissional queremos formar para o século XXI: graduação. **Informação & Informação**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 27-34, jul. 1996. ISSN 1981-8920. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1617>>. Acesso em: 26 set. 2016.

OKUBO, William. Informação: não me abandone jamais. Blog BSF. Disponível em: <<https://bsf.org.br/tag/booktube/>>. Acesso em: 1 jun. 2016.

OLIVEIRA, Sidnei. Geração Y: 'o que os jovens mais precisam nesse momento é de mentores': entrevista. [19 de maio, 2015]. Rio de Janeiro: **Época Negócios**. Entrevista concedida a Julyana Oliveira.

PEDROSO, Roseli Venancio. Blog como instrumento de disseminação da informação na biblioteca: Bibliotequices & Afins, um exemplo. **CRB-8 Digital**, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 45-48, dez. 2008. Disponível em: <<http://revista.crb8.org.br/index.php/crb8digital/article/viewFile/19/19>>. Acesso em: 26 set. 2016.

PENA, Felipe Gouvêa; MARTINS, Talita Soares. Baby boomers, X e Y: diferentes gerações "coexistindo" nos ambientes organizacionais. **Pós em revista do centro**

Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, n. 10, 2015. Disponível em: <<http://blog.newtonpaiva.br/pos/wp-content/uploads/2015/06/E10-ADM-01.pdf>>. Acesso em: 1 jun. 2016.

PRENSKY, Marc. Nativos digitais, imigrantes digitais. Tradução de Roberta de Moraes Jesus de Souza. NBC University Press, Califórnia, v. 9, n. 5, out. 2001. Disponível em: <http://www.colegiongeracao.com.br/novageracao/2_intencoes/nativos.pdf>. Acesso em: 26 set. 2016.

PRENSKY, Marc. Nativos digitais, imigrantes digitais. Tradução de Roberta de Moraes Jesus de Souza. **NBC University Press**, Califórnia, v. 9, n. 5, out. 2001. Disponível em: <http://www.colegiongeracao.com.br/novageracao/2_intencoes/nativos.pdf>. Acesso em: 1 jun. 2016.

SILVA, S. M. G. Qualidade nas bibliotecas universitárias: a influência dos objetivos. *Informação & Sociedade*, João Pessoa, v. 10, n. 1, p. 54-69, 2001. Disponível em: <<http://www.okara.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/342/264>>. Acesso em: 26 set. 2016.

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

TELLES, André. **Geração digital**: como planejar o seu marketing para geração que pesquisa no Google, se relaciona no Orkut, manda mensagens pelo celular, opina em blogs, se comunica pelo MSN e assiste vídeos no YouTube. São Paulo: Landscape, 2009. Disponível em: <<http://www.andretelles.net.br/downloads/geracao-digital.pdf>>. Acesso em: 1 jun. 2016.