

PEDRO RAFAEL FIALHO DE OLIVEIRA MOURA

**A UTILIZAÇÃO DO BLOGUE NA BIBLIOTECA
ESCOLAR ENQUANTO FERRAMENTA DE
MARKETING DA INFORMAÇÃO**

Orientadora: Professora Doutora Gisélia Felício

**Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Instituto de Educação**

Lisboa

2012

PEDRO RAFAEL FIALHO DE OLIVEIRA MOURA

**A UTILIZAÇÃO DO BLOGUE NA BIBLIOTECA
ESCOLAR ENQUANTO FERRAMENTA DE
MARKETING DA INFORMAÇÃO**

**Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Instituto de Educação**

Dissertação apresentada para obtenção do Grau
de Mestre em Ciências da Educação no Curso
de Mestrado de Bibliotecas Escolares e
Literacias do séc. XXI conferido pela
Universidade Lusófona de Humanidades e
Tecnologias

Orientadora: Professora Doutora Gisélia Felício
Coorientador: Professor Carlos Pinheiro

**Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Instituto de Educação**

Lisboa

2012

Ao meu filho Gonçalo
por todas as alegrias que me dá

Agradecimentos

Gostaríamos de agradecer a todos aqueles que nos apoiaram e que, de alguma forma, colaboraram nesta dissertação.

Aos Professores Gisélia Felício e Carlos Pinheiro pelos valiosos conhecimentos partilhados, pela disponibilidade demonstrada, pelo apoio e incentivos dados nas alturas certas, que muito contribuíram para que esta investigação se concluísse.

Aos Diretores das escolas agrupadas e não agrupadas que fizeram parte desta investigação, pela autorização de aplicação dos questionários a alunos e aos professores bibliotecários e membros da equipa responsável pelos blogues das bibliotecas escolares.

Aos Coordenadores das Bibliotecas Escolares pela sua disponibilidade e amabilidade em aceitarem participar nesta investigação, aplicando os questionários aos alunos e respondendo ao questionário a eles dirigido.

Aos meus pais e à Carmo, pelo apoio constante e pelas palavras de incentivo.

A todos, muito obrigado.

Resumo

O presente estudo avalia as potencialidades do blogue como ferramenta de *marketing* nas bibliotecas escolares, nomeadamente para difundir o acervo documental existente, para desenvolver a comunicação entre a gestão da biblioteca escolar e os seus utilizadores ou potenciais utilizadores e adequar as tomadas de decisão da gestão da mesma às reais necessidades desses utilizadores.

O estudo revela-se pertinente, uma vez que hoje em dia as tecnologias estão presentes nas escolas portuguesas em geral e nas bibliotecas escolares em particular.

Para efetuar esta investigação, procedeu-se à elaboração de dois questionários que depois de testados, foram lançados a alunos e professores bibliotecários ou membros da equipa responsável de quinze blogues do distrito de Lisboa.

Os questionários dirigidos a alunos de escolas que utilizam blogues nas suas bibliotecas, bem como os dirigidos aos respetivos coordenadores permitem concluir que os frequentadores dos blogues estudados mostram algum desinteresse nos mesmos e que dividem o seu tempo por outras redes sociais e sítios da *Internet*. A atualização dos blogues parece ter uma influência direta positiva na frequência dos mesmos por parte dos alunos. Os professores inquiridos referem a falta de tempo como a maior dificuldade para a atualização do blogue.

Face às conclusões a que se chegou neste estudo considera-se pertinente que venha a existir uma reflexão sobre as razões da não interação direta com os alunos e sobre a alteração de comportamentos nas práticas diárias dos docentes, por forma a mostrarem aos frequentadores da biblioteca e do blogue a importância das suas contribuições e comentários.

Palavras-chave: Bibliotecas Escolares, *Marketing*, Blogue, Professores Bibliotecários

Abstract

The present study aims to assess the blog's potential as a *marketing* tool for a school library, particularly to spread the existing collection of documents, to develop the communication between the school library's management and its real or potential users to adapt the decisions to the real needs of those users.

The study seems appropriate because technologies are present in Portuguese schools in general and in school libraries in particular.

In order to perform this investigation we created two surveys, that after being tested, were applied to students in fifteen school libraries with blogs and to their managers within the district of Lisbon.

The results indicated that the studied blogs users showed a lack of interest in them and that they divide their time for other social networks and websites.

The blogs's update seems to have a positive influence on students' frequency. However, the teachers expressed the lack of time as the greatest difficulty in this update.

By taking into account the conclusions, this study proposes a reflection on the reasons for the lack of students' interactions and on behavioural changes in teachers' daily practices to show the library and blog's users the importance of their contributions and comments.

Key-words: School libraries, *Marketing*, Blog, Teacher Librarian

Índice de gráficos

Gráfico 1 - Mensagens e comentários dos blogues de bibliotecas escolares estudados entre Janeiro de 2010 e Março de 2011	43
Gráfico 2 - Divisão dos questionários por ciclo de ensino	44
Gráfico 3 - Idades dos alunos inquiridos	44
Gráfico 4 - A Biblioteca Escolar da tua escola tem blogue?	45
Gráfico 5 - A Biblioteca Escolar da tua escola tem blogue?	46
Gráfico 6 - O que gostas mais no blogue da Biblioteca Escolar?	46
Gráfico 7 - O que gostas menos no blogue da Biblioteca Escolar?	47
Gráfico 8 - Temas mais frequentemente abordados no blogue da tua Biblioteca Escolar	48
Gráfico 9 - Frequência de atualização do blogue da biblioteca	49
Gráfico 10 - Sabes o email para contactares diretamente os responsáveis do blogue da Biblioteca Escolar?	50
Gráfico 11 - Sabes se são permitidos comentários às mensagens publicadas?	51
Gráfico 12 - Costumas comentar as mensagens publicadas?	52
Gráfico 13 - Porque costumas/não costumas comentar as mensagens publicadas no blogue da tua BE?	53
Gráfico 14 - Os professores costumam responder às mensagens/comentários dos alunos?	54
Gráfico 15 - Costumas dar sugestões de temas para publicar no blogue?	55
Gráfico 16 - Porque é que costumas/não costumas dar sugestões de temas para publicar no blogue?	56
Gráfico 17 - Como tomaste conhecimento do blogue da biblioteca?	57
Gráfico 18 - Outro?	58
Gráfico 19 - Com que frequência consultas o blogue da biblioteca?	59
Gráfico 20 - Razões da frequência/não frequência do blogue	59
Gráfico 21 - Onde consultas o blogue da biblioteca?	60
Gráfico 22 - Em tua opinião, o blogue da biblioteca está sobretudo dirigido a: alunos ou professores?	61
Gráfico 23 - Já alguma vez requisitaste ou consultaste um livro pelo facto de o teres visto divulgado no blogue?	61
Gráfico 24 - Já alguma vez sentiste vontade de ir à biblioteca depois de leres uma notícia no blogue?	62
Gráfico 25 - Já tomaste conhecimento, através do blogue, de alguma atividade realizada pela/na biblioteca?	63
Gráfico 26 - Achas que passaste a utilizar mais a biblioteca depois de esta ter um blogue?	64
Gráfico 27 - Em tua opinião, o blogue da biblioteca é.... ?	65
Gráfico 28 - Em tua opinião, o blogue da biblioteca é ?	66
Gráfico 29 - O blogue da biblioteca contribui para aumentar o número de livros que os alunos leem.	67
Gráfico 30 - O blogue da biblioteca contribui para aumentar o n.º de utilizadores da biblioteca.	68
Gráfico 31 - O blogue da biblioteca contribui para aumentar a participação dos alunos	68
Gráfico 32 - O blogue da biblioteca contribui para aumentar o sucesso educativo dos alunos.	69
Gráfico 33 - O blogue da biblioteca contribui para melhorar a comunicação da biblioteca com os seus utilizadores.	70
Gráfico 34 - Sexo	71
Gráfico 35 - Idade	71
Gráfico 36 - Habilitações literárias	72
Gráfico 37 - Há quanto tempo foi criado o blogue da biblioteca?	73
Gráfico 38 - Fez parte da equipa de criação do blogue?	73
Gráfico 39 - Com que objetivos foi criado o blogue da Biblioteca Escolar?	74
Gráfico 40 - O blogue da biblioteca está sobretudo dirigido a:	75
Gráfico 41 - Quais as potencialidades do blogue da Biblioteca Escolar?	75
Gráfico 42 - Quais as maiores dificuldades que sente enquanto responsável pelo blogue?	76
Gráfico 43 - Existe uma linha de orientação de publicação de mensagens?	77
Gráfico 44 - Quais os temas que são mais frequentemente abordados no blogue?	77
Gráfico 45 - Com que frequência é atualizado o blogue?	78
Gráfico 46 - Existe um email para contato direto entre os responsáveis do blogue e os alunos?	79
Gráfico 47 - São permitidos comentários às mensagens publicadas?	79
Gráfico 48 - Os alunos costumam comentar as mensagens publicadas?	80

Gráfico 49 - Costuma responder às mensagens/comentários dos alunos?	81
Gráfico 50 - Os alunos costumam dar sugestões de temas para publicar no blogue?	82
Gráfico 51 - Pensa nas razões pelas quais há alunos que não frequentam o blogue da vossa biblioteca?	83
Gráfico 52 - Tem uma planificação do que publica no blogue da biblioteca?	83
Gráfico 53 - O que publica são notícias atualizadas ou pontos de situação de um determinado tema?	84
Gráfico 54 - Utiliza o blogue para divulgar as últimas novidades adquiridas pela biblioteca?	85
Gráfico 55 - Pensa em aumentar o número de visitantes do blogue da biblioteca?	85
Gráfico 56 - Que razões encontra para não ter mais visitantes no blogue da biblioteca?	86
Gráfico 57 - Para além do blogue, a biblioteca usa alguma outra rede social? Facebook? Twitter?	87
Gráfico 58 - A biblioteca usa alguma outra rede social?	87
Gráfico 59 - Pensa que o blogue traz novos utilizadores da biblioteca?	88
Gráfico 60 - Faz (fez) estudos sobre as necessidades dos utilizadores da biblioteca?	88
Gráfico 61 - Objetivos dos estudos sobre as necessidades dos utilizadores da biblioteca	89
Gráfico 62 - O facto de ter blogue obriga a ter mais computadores na sua Biblioteca Escolar?	90

Introdução

Desde o surgimento da Rede Nacional de Bibliotecas Públicas¹ em 1987 e da Rede das Bibliotecas Escolares² ter oficialmente surgido em 1996, ambas têm evoluído no sentido de adequar a missão destas organizações às necessidades específicas da população a que se destinam e a modernizá-las. Estas mudanças refletem essencialmente a perceção por parte das instituições de que os frequentadores das bibliotecas públicas, municipais ou escolares são, ou devem ser, o centro das atenções, o fim primordial das mesmas. Como sabemos as bibliotecas, quer as públicas, quer as escolares, têm necessidade de utilizar técnicas que auxiliem os seus profissionais a melhor conhecerem os seus utilizadores. Assim, surge a necessidade de utilizar técnicas específicas de *marketing* também no campo das bibliotecas. Apesar de as estratégias de *marketing* terem inicialmente surgido em empresas que visam o lucro, muitas organizações sem fins lucrativos utilizam, hoje em dia, técnicas de *marketing* que ajudam a maximizar a informação que é passada aos seus utilizadores e lhes permitem estar atentas às reais e eventuais necessidades dos mesmos e até mesmo captar novos utilizadores.

Considera-se pertinente realizar este estudo para verificar o impacto dessa ferramenta global – o *marketing* –, que ganhou o seu espaço também nas bibliotecas escolares.

Para levar a cabo este estudo foram consultadas várias fontes de informação, desde as textuais a fontes de informação pessoais que serão apresentadas na revisão da literatura para identificar o estado da arte nesta área. Face ao objetivo do estudo, teremos que equacionar as perguntas de partida que irão servir de orientação ao desenvolvimento do mesmo e que adiante serão referidas.

Por outro lado, devo assinalar que as motivações pessoais que me levaram a realizar este trabalho de investigação assentam no facto de no ano letivo 2009-2010 ter desempenhado funções de professor bibliotecário no Agrupamento de Escolas da Venda do Pinheiro, tendo ficado responsável por duas bibliotecas escolares em escolas do primeiro ciclo. Uma das escolas já tinha um blogue, com evidente benefício de toda a comunidade educativa, o que me levou a criar um blogue, de forma idêntica, para cumprir iguais objectivos na outra biblioteca a meu cargo. Estas tarefas revelaram-se difíceis de executar, mas também foram muito proveitosas a nível pessoal, pelas aprendizagens que me proporcionaram e pelas contribuições

¹ Rede Nacional de Bibliotecas Públicas criada pelo Decreto-Lei n.º 111/87, 11 de Março

² Rede das Bibliotecas Escolares (RBE) criada pelo Despacho conjunto n.º 184/ME/MC/96, de 27 de Agosto mas revogado pelo Despacho conjunto n.º 872/2001 de 18 de setembro

no sentido de tornar estas bibliotecas mais ativas e as comunidades educativas mais participativas.

Com a evolução dos tempos e com a introdução de novas tecnologias na Educação, foram necessárias alterações nas formas de ensinar e adequar as estratégias utilizadas às necessidades dos públicos-alvo. As bibliotecas escolares, que há muito têm vindo a tentar acompanhar essa evolução, tiveram com a criação da figura do Professor Bibliotecário, através da Portaria n.º 756/2009, um enorme impulso para a transformação das bibliotecas escolares em coadjuvantes ainda mais ativos e modernizados, capazes de analisarem as dificuldades e os constrangimentos e corresponderem com ações objetivas que visem a superação dessas dificuldades percebidas, de forma a potenciarem a maximização dos resultados obtidos.

Não tendo surgido, efetivamente, no campo da Educação, o *marketing* pode ser utilizado nas bibliotecas escolares através de inúmeras formas. Contudo, no presente trabalho, abordar-se-á a utilização de estratégias de *marketing* nos blogues das bibliotecas escolares e estudar-se-á o eventual impacto dessas medidas na satisfação das necessidades dos frequentadores das bibliotecas escolares, em geral, e dos seguidores do blogue, em particular.

Objetivo geral

- Compreender o eventual impacto do uso do blogue na satisfação das necessidades dos utilizadores da biblioteca e seguidores do blogue.

Objetivos específicos

- Perceber o que os alunos frequentadores do blogue da biblioteca gostam mais e menos nesta ferramenta;
- Confrontar a perceção dos temas nele tratados no blogue por parte dos membros da equipa responsável pelo blogue e dos alunos seguidores;
- Analisar as discrepâncias nas perceções da frequência da atualização do blogue entre os membros da equipa responsável e os alunos seguidores do mesmo;
- Compreender até que ponto as linhas de orientação de temas a publicar, ou a sua ausência, e as notícias realmente publicadas, têm influência no interesse que os alunos demonstram por essas notícias e na sua efetiva participação no blogue, através de comentários ou sugestões, ou através de requisições domiciliárias ou presenciais de documentos;

Questões de partida

No âmbito desta investigação, surgem as seguintes perguntas de partida, que serão confirmadas ou infirmadas após a realização da mesma:

1. Quais os objetivos dos blogues das bibliotecas escolares e temas predominantemente publicados?
2. Quais as opiniões dos alunos sobre o blogue e interações existentes entre estes e os responsáveis do mesmo?
3. Os professores responsáveis pelos blogues consideram-nos uma ferramenta de *marketing*?
4. As estratégias de *marketing* são aplicadas de forma *ad-hoc*, ou planificadas e sustentadas numa base de plano de ação plurianual?
5. As bibliotecas escolares fazem estudos para identificação de interesses e necessidades, por forma a adequar o blogue ao seu público-alvo?
6. O uso da ferramenta blogue tem influência direta no sucesso da biblioteca/comunidade escolar?

A organização interna deste trabalho assenta na seguinte estrutura: um primeiro capítulo dedicado às ações de *marketing* nas escolas, em particular, através dos blogues das bibliotecas escolares e, num segundo capítulo, explicitaremos tanto o método de análise escolhido, como os sujeitos e fontes do estudo, os instrumentos utilizados e os procedimentos seguidos. No terceiro capítulo, apresentaremos os dados recolhidos, analisando e interpretando os resultados e finalizaremos com as nossas conclusões e considerações finais do estudo, bem como com a representação da bibliografia utilizada como suporte para esta investigação. De seguida, em apêndice, apresentaremos os questionários elaborados, dirigidos a professores bibliotecários responsáveis pelos blogues e alunos utilizadores dos mesmos.

Capítulo 1- Ação de Marketing nas Escolas: Os Blogues

Para realizar o presente trabalho de investigação, tornou-se necessário proceder ao Enquadramento Teórico deste estudo, por forma a criar um Quadro Teórico com os autores de referência, especialmente nas áreas de *Marketing* e na área específica dos Blogues, para a identificação do Estado da Arte nestas matérias, mas também para sustentar cientificamente este trabalho, nas teorias e práticas consideradas na literatura de referência das áreas abordadas.

1.1 *Marketing*: sua aplicação em contexto escolar

Nas investigações que realizámos para produzir esta dissertação deparámos com vários autores de tentaram definir *marketing*. Philip Kotler³ (1996) advoga que *marketing* assimila as necessidades dos utilizadores de um determinado serviço e determina quais os produtos ou serviços mais adequados para abranger o público-alvo escolhido pela instituição. Marc-André Boyer⁴ (2001) defende que o *marketing* analisa as necessidades dos consumidores e que as decisões a tomar devem refletir essas mesmas necessidades. Também Alves⁵ (2001) segue esta linha de pensamento, advogando que o *marketing* é um processo que passa pelo reconhecimento e antecipação das necessidades dos clientes e definição de ações que visem debelar essas mesmas necessidades.

Estas investigações apresentam definições de *marketing* que se tocam em alguns pontos, nomeadamente no facto de o *marketing* ser uma atividade planificada, cujo principal objetivo é satisfazer as necessidades dos consumidores, o que requer uma sincronização entre as potencialidades da instituição em causa e as necessidades dos clientes, e é um campo que abarca a diálise entre um negócio e o mercado. Assim, qualquer instituição deve ter em atenção as necessidades dos seus clientes ou utilizadores, mas também as necessidades dos seus possíveis clientes no futuro próximo. É um conceito a que está subjacente uma filosofia de gestão virada para a satisfação dos clientes e utilizadores e uma prática que implica a tentativa de antecipar as necessidades dos clientes e dos utilizadores e compreender as reais

³ Quarto maior especialista de negócios pelo Financial Times (2005) / O maior especialista na prática do marketing pelo Management Centre Europe / Sexta pessoa mais influente no mundo dos negócios pelo Wall Street Journal (2008)

⁴ Gerente de clientes National Bank of Canada e Antigo gerente de Marketing do banco de dados da Readers Digest

⁵ Fundador do IPAM – Instituto Português de Administração de Marketing (1984)

necessidades. O *marketing* contribui assim para que as decisões a tomar colmatem, da melhor maneira possível, as lacunas que os clientes possam ver na instituição e com o menor risco possível.

É errada a ideia de que o *marketing* está apenas ligado à publicidade ou a compras e vendas, pois o seu raio de abrangência é muito maior. O propósito do *marketing* é um duplo caminho, pois procura ao mesmo tempo satisfazer a instituição (a oferta) e os clientes (a procura).

Kotler (2007) declara que as organizações atingem a liderança no mercado quando percebem as necessidades dos consumidores e quando encontram as soluções que satisfazem o consumidor.

De facto, as estratégias de *marketing* surgiram no âmbito das empresas, que visam o lucro, mas podem acrescentar uma mais-valia no campo das bibliotecas escolares. Devidamente adaptadas às realidades de cada escola, podem ajudar na criação de serviços mais adequados às necessidades dos seus utilizadores, pois partem da análise das necessidades dos clientes e dos motivos que os fazem procurar a instituição. Aliás Philip Kotler e Sidney Levy⁶ (1969) foram os primeiros a mostrar que as instituições que não têm fins lucrativos podiam tirar dividendos da adoção das estratégias de *marketing*, sobretudo no seu artigo «*Broadening the concept of marketing*», publicado no *Journal of Marketing* (vol. 33, número 1, 1969, p. 10-15). Também o facto de algumas instituições se dedicarem a fins sociais, culturais e artes, faz emergir o *marketing* social (PINTO,⁷ 2007).

As bibliotecas escolares são um exemplo destas instituições que necessitam de técnicas de abordagem aos frequentadores e possíveis frequentadores dos seus serviços, isto é, à comunidade escolar circundante alargada. De facto, os utilizadores de uma biblioteca não pagam pelos serviços que nela são prestados, mas a instituição tem de demonstrar que merece o que nelas se investe, neste caso, o Ministério da Educação, seja através de verbas provenientes do Plano Nacional de Leitura e da Rede das Bibliotecas Escolares, seja através da colocação de professores bibliotecários a tempo inteiro nas bibliotecas escolares, com a portaria n.º 756/2009. Hilkka Orava⁸ (1997) afirma que o dinheiro que vem dos contribuintes deve ser bem aplicado e as instituições devem fazer prova dessa boa utilização e vai ainda

⁶ Professor universitário na *Northwestern University* (1961-1992) e Diretor do Departamento de *marketing* na Universidade do Arizona

⁷ Membro da equipa da Biblioteca da Academia das Ciências de Lisboa.

⁸ Antiga Diretora da Biblioteca de Salo (Filândia)

mais longe, afirmando que “são os nossos clientes que ditam se sobrevivemos ou não. Não temos direito ao dinheiro deles, precisamos de o ganhar...” Orava (1997, p. 55)

Após a primeira década do século XXI, estamos claramente na época digital e tanto os mercados, como as estratégias de *marketing* têm de estar à altura dos desafios que se lhes deparam. Hoje em dia, uma empresa para ser líder de mercado na sua área, já não precisa de ser igualmente grande em termos espaciais, pode sê-lo virtualmente e o mesmo acontece com a forma como acedemos à informação em geral e a livros em particular. Pinto (2007) chama-lhe a era do *marketing* eletrónico, onde o espectro do comércio feito via *Internet* é cada vez mais alargado, a informação nesta via corre o mundo muito mais rapidamente que antigamente via correios, a troca de informação melhorou muito e tornou-se extraordinariamente mais rápida e mais barata. Assim, as instituições têm de estar à altura deste desafio, seja através da publicação dos bens e serviços que têm para oferecer aos seus potenciais clientes ou utilizadores.

Hortinha (2001) refere que a informação digital tem a capacidade de transformar as economias, os governos, as sociedades e os negócios, pois é de acesso rápido, relativamente fácil e barato. Assim, com mais informação disponível, globalização das comunicações e redução de barreiras ao comércio internacional e ao investimento, os mercados tornam-se mais eficazes e criam-se mais empregos. No entanto, existem os info-excluídos, que não tendo dinheiro para adquirir um computador ou conhecimentos informáticos que lhes permitam utilizá-los, não têm iguais oportunidades.

No campo das bibliotecas, a *Internet* pode funcionar como chamariz para novos utilizadores, mas também tem o efeito de promoção da instituição e dos serviços que a biblioteca presta. Não podemos esquecer o aumento de produção de informação documental, tanto a nível físico, como a nível digital, que transformam o que era pedido às bibliotecas tradicionais e que apresentam um maior dinamismo nos serviços que prestam e uma informação mais atraente aos utilizadores.

Pinto (2007) aborda estudos de vários autores, como Ramos Simon, Lopes Yepes, Mañas Moreno ou Gómez Hernandez, dizendo que as suas ideias sobre o *marketing* podem divergir um pouco, mas têm traços comuns, caracterizando-o como uma forma de gestão que visa a antecipação e a análise das necessidades dos clientes e eventuais clientes, perspetivar as ações da organização através do ponto de vista do cliente, dividir o mercado em públicos-alvo com necessidades e gostos distintos, publicitando as virtudes e serviços prestados pela biblioteca e avaliar os resultados visando melhorar as lacunas percebidas ou encontradas.

Se tivermos em conta o ponto de vista do utilizador de uma biblioteca, mostraremos uma biblioteca que visa a satisfação das necessidades dos seus frequentadores, pois as bibliotecas só existem porque existem utilizadores.

Alguns bibliotecários contrariam esta aparente necessidade focando-se no lado negativo do *marketing*, salientando estratégias manipuladoras do mercado e argumentando que não cabe aos técnicos de bibliotecas influenciar os seus utilizadores ou apelar ao consumismo, nem trabalhar em nome de um público-alvo, apelando a uma biblioteca generalista e gratuita, virando-se para uma difusão, ampliação e conservação da coleção. Parece importante não esquecer que as estratégias de *marketing* podem ser mal utilizadas, pelas razões erradas, e esses são malefícios que têm de ser evitados, pelo que a adoção de estratégias de *marketing* no campo das bibliotecas requer algumas adaptações e cuidados. Além do mais, é importante perceber que a mudança de hábitos e métodos de trabalhos enraizados há muitos anos são difíceis de mudar e requerem algum tempo de adaptação e de resistência a essas mudanças.

Segundo Pinto (2007) hoje em dia são mais os bibliotecários que percebem que o *marketing* faz parte do trabalho de gestão de uma biblioteca, visando o aumento de qualidade do serviço prestado, novos utilizadores. No âmbito das bibliotecas, o *marketing* deve ser visto como a vontade de adequar os serviços prestados às necessidades dos utilizadores e fazer com que estas sejam satisfeitas ou minoradas.

Hoje em dia o número de blogues nas bibliotecas escolares é muito elevado, como se pode comprovar através de uma pesquisa no blogue “O Sabichão” (<http://bibliotecavilarinho.blogspot.com/>) do Agrupamento de Escolas de Vilarinho do Bairro que possui um mapa dos blogues das bibliotecas escolares em Portugal, esforço da equipa da Biblioteca Escolar, onde grande parte dos blogues está registada, identificada e localizável geograficamente. Eventualmente esta foi uma resposta dada pelas bibliotecas para melhor servirem o seu público-alvo.

A *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO)⁹ já em 1987 e 1988 publicou documentos que mostravam uma visão do *marketing* com a potencialidade de desenvolver a utilidade social das bibliotecas. Esta instituição, juntamente com a *International Federation of Library Associations and Institutions* (IFLA)¹⁰, em 1993 e posteriormente em 2003, mostram as críticas que eram feitas ao *marketing*, mas mostram

⁹ Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

¹⁰ Federação Internacional das Associações e Instituições Bibliotecária

também as suas potencialidades e como as bibliotecas podem tirar partido das técnicas, fazendo um paralelismo entre as bibliotecas de sucesso e as que fazem uso das referidas técnicas. Advogam a utilização de técnicas de *marketing* com o objetivo de conhecer, com mais amplitude, as necessidades dos seus utilizadores e tomarem decisões que as colmatem ou debilitem, de informarem e comunicarem ao público-alvo os serviços promovidos pela biblioteca. Neste sentido caminhou também a *Library Association*¹¹, na capital do Reino Unido, em 1999, com as mesmas chamadas de atenção, a necessidade de análise e previsão das necessidades dos clientes e potenciais clientes, mas acrescentando a necessidade de uma análise SWOT [S de Strengths (forças), W de Weaknesses (fraquezas), O de Opportunities (oportunidades) e T de Threats (ameaças)] também para definir os pontos fortes e fracos, as ameaças e as oportunidades dos serviços prestados, visando a melhoria geral dos mesmos.

Os estudos dos utilizadores ganham uma preponderância maior do que até então, o que permite fazer uma análise real e ponderada se os equipamentos informáticos são suficientes para responder às necessidades dos utilizadores e assim evitar gastos supérfluos e aproveitar esses mesmos equipamentos para a sua própria divulgação, para o uso dos utilizadores e divulgação da biblioteca e de todos os serviços que nela constam, visando uma maior rentabilização dos dinheiros investidos na biblioteca.

Autores como López Yepes¹² (1996) subdividem o *marketing* em duas categorias: o *marketing* interno e o *marketing* externo.

O *marketing* interno, como o próprio nome indica, dedica-se a acções que visem o incremento de uma ideia de *marketing* entre os funcionários da própria instituição. Estas iniciativas têm o poder de influenciar os funcionários, motivando-os, tentando que os melhores fiquem durante bastante tempo e tentando que os piores se sintam motivados a melhorarem. Instiga uma maneira de trabalhar na biblioteca, uma maneira de viver, pois trata-se de uma filosofia que ultrapassa as barreiras da própria biblioteca. São vários os autores, entre os quais Brito¹³ (2001), que defendem que funcionários satisfeitos passam essa satisfação aos utilizadores da biblioteca, criando um ambiente agradável em que estes últimos se mantêm fiéis à biblioteca. O *marketing* interno pode passar por ações de formação e encontros de trabalho entre os funcionários da biblioteca.

¹¹ Em Abril de 2002 formou-se a *Chartered Institute of Library and Information Professionals* (CILIP) com a unificação de duas instituições: *Institute of Information Scientists* e *Library Association*

¹² Professor Catedrático de Documentação na *Universidad Complutense de Madrid*

¹³ Pró-Reitor da Universidade do Porto e Professor Associado com Agregação da Faculdade de Economia do Porto e da EGP-UPBS onde ensina Marketing e Estratégia Empresarial

No que diz respeito ao *marketing* externo, este procura a promoção de ações que visem a informação dos serviços prestados pela biblioteca passada aos utilizadores, com toda a imagem que a biblioteca passa de si mesma. Quando a gestão da biblioteca toma a iniciativa de adotar estratégias de *marketing*, deve elaborar um plano de *marketing*, obrigando a tomadas de decisões sempre conscienciosas, ou pelo menos previamente pensadas, tentando minimizar os custos e esforços, maximizando os resultados. O plano de *marketing* deverá iniciar-se pelo estudo da realidade da própria instituição, através de uma análise *SWOT*, acima mencionada. As forças e as fraquezas representam o estado interno da biblioteca, enquanto as oportunidades e as ameaças estão viradas para o meio exterior da biblioteca.

A estratégia de *marketing* a iniciar-se deve ter em conta quatro pilares do *marketing*: a política de produtos, a estratégia de preços, embora no caso das bibliotecas esteja assegurada a gratuidade dos serviços prestados pelo Manifesto da UNESCO para as bibliotecas escolares e para as bibliotecas públicas, os meios de distribuição de informação para promoverem os seus serviços junto dos clientes e os atos de promoção da biblioteca em si mesma. O controlo é, segundo Boyer (2001), a fase final das estratégias de *marketing*, pois é onde se fazem as leituras do que correu mal, do que não foi alcançado segundo os objetivos e do que tem de ser melhorado. Este autor revela ainda que um bom plano de *marketing* requer atualizações constantes de forma a estar sempre adequado às exigências da própria biblioteca. Assim, o *marketing*, apesar das vozes contra, auxilia, como vimos, a relação da biblioteca com o seu público-alvo, uma vez que aproxima as tomadas de decisão sobre a gestão da biblioteca das reais necessidades dos utilizadores, desde que essas estratégias originariamente criadas para empresas com fins lucrativos estejam adaptadas à realidade de uma biblioteca.

1.2. O Blogue enquanto processo de interação

1.2.1 A história dos blogues

Rebecca Blood¹⁴ (2004) considera que, apesar de existirem vários tipos de blogues, estes têm uma matriz de formato em comum. Esta investigadora considera os blogues, páginas de *Internet* com mensagens que se localizam em cima, na parte mais visível da mesma, com uma atualização regular e de preferência mais do que uma vez diariamente.

“Um *weblogue* é uma conversa de café vertida em texto, com referências, como se exige.” (BLOOD, 2004, p.15)

As páginas pessoais e as listas de hiperligações existem, segundo Blood (2004), desde o aparecimento da *Internet*, que acrescenta que para os defensores da *Internet*, na altura, foi exatamente a possibilidade de ligar um documento a outro, onde por vezes parecia que não interessava o conteúdo da mensagem publicada, mas sim a possibilidade de aceder a esse conteúdo, partindo de um qualquer computador.

Com a expansão da *Internet* e a difusão da informação a diferentes públicos, que passaram não só a ser consumidores, mas também produtores, todos podem partilhar ideias, tenham elas qualidade ou não. Este dinamismo originou um crescente aumento de blogues com diferentes propósitos, a necessidade de competências digitais para reconhecer e filtrar os que têm mais qualidade, ou que são mais adequados ao nosso objetivo.

“A weblog functions like a filter for the web, a handpicked selection of what's worth checking out. What makes blogs work so well is that it's a person, not a computer, doing the link picking, a person with specific taste that we appreciate.” (ROJAS¹⁵ 2003)

Nesta citação do artigo “*Second Sight*” do jornal Inglês *The Guardian*, Peter Rojas revela que um blogue pode funcionar como um filtro das informações que valem a pena ter em atenção, ou que têm mais qualidade e acrescenta que o melhor deste facto é que esta função é feita por pessoas com gostos específicos e não por máquinas.

¹⁴ Especialista no estudo do impacto da Internet nos negócios, media e na sociedade, uma das mais citadas investigadoras no tema blogues. Autora de “O Livro de Bolso do Weblogue”, escolhido pela Amazon como um dos 10 melhores livros da cultura digital em 2002 e traduzido em 5 línguas.

¹⁵ Cofundador dos blogues de tecnologia *Gizmodo* and *Engadget* e do blogue de jogos de computador *Joystiq*

Parece óbvio que esta ideia não serve para todos os blogues, dada a vastidão de temas e a existência de blogues pessoais que se limitam à transcrição do dia-a-dia. Os críticos dos blogues apresentam pontos de vista duvidando do valor do blogue e da abrangência desta ferramenta.

"On the one hand, it is also claimed that weblogs are pointless, self-indulgent or interesting only to a small circle of people and that they add considerably to the already large amount of dubious content of the Web, making it harder to find reliable or useful material" (CLYDE¹⁶, 2004, p. 1)

Clyde (2004) atribui aos blogues um valor duvidoso, considerando que apenas interessam a pequenos círculos de pessoas e que acrescentam consideravelmente a quantidade de conteúdos dúbios na Internet, tornando assim difícil perceber a informação em que se pode confiar, ou que de algum modo é útil.

Os críticos aceitam que alguns dos blogues são atualizados com informação importante, mas outros só servem para dar alguma visibilidade *online* ao seu autor. Para Peter Scott¹⁷, a definição de blogue é "a web page containing brief, chronologically arranged items of information" (CLYDE, 2004, p. 2)

Para Theresa Ross Embrey¹⁸, um blogue, ou *weblog* como diz a autora é "cross between a diary, a website and a online community" (CLYDE, 2004, p. 2) o que mostra a abrangência da definição, chamando-se a si, as potencialidade de um diário, de uma página de *Internet* ao serviço de uma comunidade online. Contudo, os blogues permitem comentários dos leitores ao contrário da maioria das páginas de *Internet*.

Definir um blogue pode revelar-se infrutífero uma vez que a evolução da tecnologia, e da *Internet* em geral, leva à evolução dos blogues, por exemplo através de novas aplicações e novos servidores onde estão alojados os blogues.

A própria origem do fenómeno dos blogues não parece ser consensual entre os especialistas deste campo. Clyde (2004) apresenta-nos nas suas investigações que os

¹⁶ Presidente da secção de Bibliotecas Escolares e Centros de Recursos da *International Federation of Library Associations and Institutions* (IFLA) (2003-2007) e Professora do Departamento de Biblioteconomia e Informação da Universidade da Islândia, Membro da *Associate of the Australian Library and Information Association* (ALIA), Membro da *Chartered Institute of Library and Information Professionals* (CILIP).

¹⁷ Perito em blogues de origem canadiana

¹⁸ Coordenadora do *Chicago Library System*. Consultora reconhecida internacionalmente em assuntos relacionados com biblioteca e tecnologias com vários artigos publicados

primeiros blogues surgem no final da década de 1990 com o aparecimento do *Blogger*, software de criação e desenvolvimento de blogues. Kevin Werbach¹⁹ no artigo “*Triumph of the Weblogs*”, aponta a data de 1997 como o aparecimento de blogues, embora considere que outros investigadores apresentam blogues anteriores a esta data, mas que se trata apenas de colecções de hiperligações e de informação entendida como valiosa. Estes desacertos nas datas dos primeiros blogues não reduzem a vantagem desta ferramenta se ter tornado mais acessível e popular com o aparecimento dos *softwares* de criação de blogues em 1999.

“All seem to agree that regardless of when and how weblogs really began, blogging became more accessible and popular when free software for creating weblogs appeared on the scene in 1999.” (CLYDE, 2004, p.5)

Como Clyde (2004) aqui refere, independentemente da data em que os blogues apareceram, o acto de escrever em blogues tornou-se mais acessível e popular com o aparecimento dos *softwares* de criação de blogues em 1999.

Para Blood (2004) o aparecimento dos blogues deu-se com o “*What’s New Page*”, que teve o seu nascimento em 1993. Tratava-se de um blogue com atualizações diárias e que partilhava com os leitores hiperligações que os seus autores consideravam relevantes.

No início, dada a novidade, qualquer informação era bem-vinda, mesmo que demorasse muito tempo a carregar a página, devido à pouca capacidade dos *modems*. As empresas começaram a publicitar os seus produtos na *Internet*, muitas pessoas passaram a partilhar as suas ideias e as suas vidas com os seus leitores e com este acumular de informação, muitos internautas tiveram necessidade de organizar as suas listas de hiperligações que consideravam importantes num só sítio, deixaram de entupir as caixas de correio eletrónico uns dos outros. Estes sítios, para uns, eram apenas sítios de notícias que funcionavam como filtros das notícias mais importantes.

Blood (2004) fala-nos de Jesse James Garrett²⁰, que detinha um dos primeiros blogues e que o utilizou para fazer uma lista de sítios parecidos com o dele. Esta lista apareceu no computador de Cameron Barrett²¹, responsável pelo blogue *Camworld*²², que acabou por

¹⁹ Conselheiro em questões de tecnologia na empresa *Ignite Capital*. Especialista em negócios, política, e as implicações sociais das tecnologias emergentes. Publicou artigos em várias revistas como: *Harvard Business Review*, *Fortune*, *Wired*, *The Industry Standard*, *Harvard Law Review*, *Slate*, *Red Herring* e *Business 2.0*

²⁰ Designer. Cofundador da empresa de Design *Adaptive Path*. Condecorado com o prémio no campo de tecnologia *Wired Magazine's Rave Award* (2006)

²¹ Designer de tecnologias.

elaborar um documento denominado “A Anatomia de um weblogue”, no qual dissertava sobre os elementos principais de um blogue e onde se destacava a ideia de uma lista colocada no lado direito com hiperligações relevantes. O endereço eletrónico de Barrett era diariamente invadido com pedidos para que os blogues e páginas dos remetentes fossem incluídos na lista.

Pouco a pouco, com a proliferação de cada vez mais blogues, o termo weblogue, inicialmente inventado por Jorn Barger²³, segundo Blood (2004), foi simplificado para blogue. A autora acrescenta ainda que os *bloggers* iniciais, pelo menos, na sua maioria, eram informáticos que atualizavam páginas profissionalmente; porém havia uma quantidade de autores de blogues que sabiam linguagem HTML²⁴, mas que não faziam vida desse conhecimento.

Em julho de 1999, Andrew Smalles²⁵, concebeu o *Pitas* e no mês seguinte, surgiu o *Blogger*, criado por uma empresa concorrente. Estes dois *softwares* de criação de blogues permitiram um aumento exponencial no número de blogues a nível mundial, especialmente no Canadá, na Austrália, no Reino Unido e Países Baixos, uma vez que eram ferramentas de uso relativamente fácil.

No final mês de janeiro do ano 2001, segundo Clyde (2004), a revista *Wired*²⁶ publica um artigo que refere que a nível mundial mais de quarenta mil pessoas teriam criado naquele mês blogues novos usando a tecnologia *Blogger*.

Um artigo denominado *The Blogging Iceberg*²⁷, mostra que houve, no ano 2003, alguma dificuldade em saber os números exactos dos blogues criados. A variação era bastante grande e devia-se principalmente à interpretação do que era um blogue para os especialistas e do número de blogues que não eram atualizados por uma grande quantidade de tempo. Contudo os números variavam entre um milhão e meio e mais de quatro milhões.

Segundo Blood (2004), o blogue “Lemmonyellow”²⁸ foi o primeiro a destacar-se nos *media*, sendo alvo de uma notícia da jornalista Katie Hafner (1999) no *The New York Times*. As menções a blogues nos jornais também começaram a crescer ao mesmo tempo e a tabela seguinte mostra isso mesmo.

²² Teve o seu início em 11 Junho de 1997

²³ Escritor de blogues. Editor de um dos mais influentes blogues “*Robot of Wisdom*”. Criador do termo *Weblog*

²⁴ Abreviatura de *HyperText Markup Language*, que significa *Linguagem de Marcação de Hipertexto*. Linguagem informática utilizada para produzir páginas de Internet.

²⁵ Designer de tecnologias. Inventor do software de criação de blogues *Pitas*

²⁶ Revista norte-americana, de tiragem mensal, sobre tecnologia

²⁷ Artigo na Revista *Business Wire* relacionada com tecnologias

²⁸ Primeiro blogue pessoal, da autoria da Designer profile of Heather Anne Halpert, a ter um destaque na imprensa, em 1999, nomeadamente no *The New York Times*

Ano	New York Times (EUA)	Boston Globe (EUA)	Base de Dados de Jornais canadianos	The Times
1998	-	-	3	-
1999	-	-	3	2
2000	-	1	7	3
2001	6	4	21	4
2002	47	16	36	19
2003	128	23	195	27

(CLYDE, 2004, p.7)

1.2.2 Tipos de blogues

Um blogue, por permitir uma atualização constante que promove várias visitas diárias dos seus seguidores, ultrapassa as potencialidades das páginas pessoais, já de si menos dinâmicas.

A investigadora Rebecca Blood (2004) nas suas investigações de blogues fala de diversos tipos, nomeadamente blogues que apresentam pequenas descrições de hiperligações selecionadas; outros que contêm comentários de acontecimentos do quotidiano, em particular, do próprio autor; blogues de confidências do seu autor; blogues hilariantes, blogues políticos, intelectuais, sobre determinados assuntos e outros excêntricos. Para Blood (2004), a maioria dos blogues não têm fins lucrativos, mas todos os autores são normalmente entusiasmados com os assuntos que tratam. Declara ainda que muitas vezes os blogues valem por si só, mas que, em muitos casos, são parte integrante de outros blogues ou sítios mais alargados.

Clyde (2004) considera que existem blogues pessoais, institucionais, séries de hiperligações para outros sítios ou blogues, comentários de fotografias, de livros, recensões críticas, ou notas simplesmente, portefólios, difusão de informação ou blogues de jornais com informação mais atualizada do que nas versões em papel. Porém, apesar destes diversos tipos, Clyde (2004) considera que uma das facetas mais importantes do blogue é ser uma forma de ajudar os leitores do blogue a lidar com a avalanche de informação que é publicada por minuto mundialmente.

A categorização dos blogues pode ser feita baseada em diferentes critérios, como o formato e as características do mesmo, o seu objetivo, a forma de criação e as permissões de visualização, pois podem ser gerais, apenas a convidados para o efeito, ou apenas aos autores do mesmo, bem como as características do(s) seu(s) autor(es).

Nigel Horrocks²⁹ (2003), enumera cinco tipos de blogues consoante o seu conteúdo e objetivo:

1. Pensamentos diários
2. Coisas interessantes
3. Comentários que promovem pensamentos
4. Blogues de família
5. Blogues de informação

²⁹ Jornalista do *Australian NetGuide*

Contudo, o próprio Horrocks tem a noção de que esta lista pode não ser suficientemente abrangente e que existem muitos blogues que poderiam ser encaixados em várias outras categorias.

Cindy Curling³⁰ (2001) escreveu um artigo³¹ onde apresenta os sabores dos blogues, que é a sua forma pessoal de categorização dos blogues também consoante o seu conteúdo e objetivo:

1. Lista de recursos do investigador
2. Blogues com informação sucinta
3. Diários anotados
4. Diários mais pessoais
5. Blogues sobre o “eu”

Estes últimos são na opinião da autora muitas vezes interessantes, mas não aqueles que seriam usados profissionalmente.

A relação com os leitores serve também para compreender o tipo de blogue que estamos a investigar ou simplesmente a acompanhar. Os blogues públicos estão disponíveis a todas as pessoas que tenham acesso à *Internet* e sobretudo nos blogues que tenham como objetivos a promoção ou divulgação de informação, estes podem aparecer em diretórios de blogues, ou em motores de busca, como o *Google*.

Os blogues privados, a que apenas alguns leitores ou até apenas exclusivamente os autores têm acesso, não aparecem nas listas supracitadas e nem nas pesquisas nos motores de busca.

Um dos aspetos mais importantes na relação com os leitores de um blogue é a permissão, ou a sua ausência, de comentar as mensagens publicadas no blogue. Aqueles que permitem a interatividade com os leitores, permitem que os leitores tenham uma quota-parte de participação no blogue e no seu desenvolvimento e por vezes é criada uma micro-comunidade em volta do blogue. Estes comentários podem originar discussões em volta de tópicos que podem ser muito interessantes e criativas. Contudo há outros blogues que possibilitam uma contribuição ainda mais ativa por parte dos seus leitores permitindo, inclusive, a publicação de mensagens, tornando-os autores do mesmo.

³⁰ Bibliotecária de recursos eletrónicos na firma de advogados em *Fried Frank Harris Shriver & Jacobson*, em Washington

³¹ *A Closer Look at Weblogs* na Revista *Law and Technology Resources for Legal Professionals*.

O que chama à atenção de cada leitor para um blogue é a personalidade percebida do autor do blogue, nos interesses e assuntos que versa no seu espaço, nas opiniões que publica e a sua coerência, nas hiperligações que sugere, bem como os comentários dos leitores e toda a interação que se gera a partir desses mesmos comentários.

Blood (2004, p. 20) fala-nos de três tipos de weblogues: “blogues, diários pessoais e filtros.” Os blogues são aqueles diários breves, onde a pessoa que publica as mensagens, aborda a sua vida pessoal e as hiperligações estão apenas ligadas com a mensagem. Para Blood (2004) mesmo se surgir uma hiperligação para uma notícia, esta surge como um comentário pequeno e espontâneo. As mensagens mais curtas explicam-se pelas várias entradas publicadas diariamente, mostrando que o essencial é comunicar.

Quanto aos diários virtuais ou pessoais, apresentam textos maiores do que na categoria anterior e mais centrados no conteúdo apresentado, pois apresentam uma escrita mais cuidada, onde se faz um pouco de autoanálise, mas são, por norma, textos mais pequenos que um artigo. Há menos publicações e as que surgem são eventos específicos e não necessariamente ordenados cronologicamente. Relativamente aos filtros, os autores deste tipo de blogues pretendem mostrar a *Internet* como eles a veem, quer optem por serem sucintos ou publiquem textos mais longos, mas revelam-se mais do lado exterior para o interior, do que nos dois casos anteriormente referidos. Os filtros são muitas vezes administrados por mais do que uma pessoa.

Relativamente aos weblogues, estes não devem ser vistos como uma nova espécie de jornalismo, mas podem contribuir para a tarefa que o jornalismo faz, por um lado com a avaliação que está subjacente à escolha das mensagens publicadas e das hiperligações sugeridas e através do filtro de informação publicada nos *media*.

1.2.3 Características e potencialidades dos blogues

O facto de a primeira mensagem que aparece ser a última a ser publicada, ou seja, a ordenação cronológica inversa, faz com que o blogue tenha sempre a mensagem mais atualizada visível para os seus leitores. Relembramos que Blood (2004) considera muito desejável que o blogue seja atualizado até mais do que uma vez por dia.

Contudo, este formato pode fazer com que o autor não aprofunde alguns dos assuntos abordados, até porque normalmente os blogues versam assuntos diferentes e a atenção do leitor dispersa-se e foca-se nas últimas publicações, porventura questões mais atuais.

O arquivo do blogue é também uma fonte importante, sobretudo se este possuir um motor de pesquisa interna, que permita ao leitor procurar os vocábulos, expressões ou mensagens que deseja. As mensagens são arquivadas ao fim de alguns itens previamente definidos pelo administrador do blogue nas configurações do mesmo e por norma ficam arquivadas por meses e anos. Permite também visualizar em anos anteriores se os pontos de vista do autor se foram alterando ao longo da sua vida de autor de blogue e permitirá ao leitor fazer leituras dessas mudanças ou manutenção de pensamentos. O motor de pesquisa acaba por ter um paralelismo com a forma como muitos leitores acham determinado blogue, ou seja, através de um motor de busca, pois este surge-lhes nas pesquisas sobre determinados temas nos motores de busca. No blogue, a miniaplicação do motor de busca potencia uma interação mais fácil com o leitor, pois permite-lhe achar em segundos se o blogue contém informação sobre um assunto que lhe interesse mais.

A lista de hiperligações é uma ferramenta muito importante, pois permite um conjunto de referências que o administrador do blogue considera pertinentes para o seu público-alvo. E as hiperligações para as fontes, junto das notícias ou mensagens publicadas, dão uma maior credibilidade ao blogue e uma transparência muito difícil de igualar com outro meio de comunicação tradicional. Aqui parece importante salientar que as hiperligações por vezes ficam ativas pouco tempo, o autor do blogue pode seguir a estratégia de, de vez em quando, verificar em mensagens anteriores se as ligações se mantêm ativas ou arranjar *software* que o avise de ligações que perderam a sua conexão.

Uma lista de blogues também se tornou indispensável nos blogues de hoje em dia, pois o administrador de um blogue pode usar esta ferramenta como agente de publicidade e de divulgação de blogues que considere de importância relevante para a comunidade dos seus leitores. É de salientar que os blogues mais recentemente atualizados surgem em primeiro lugar nestas listas de blogues, fator que pode promover, até inconscientemente, uma maior necessidade/vontade de atualização do blogue.

As *Rich Site Summary* ou *Real Simple Syndication* (RSS) aparecem como uma forma muito eficaz de combater, ou pelo menos minorar, um dos grandes problemas da *Internet* hoje em dia, que é a hiperabundância de informação. Esta forma de Difusão Seletiva de Informação (DSI) é um serviço sem custos para o utilizador, que permite aos seus utilizadores receberem resumos de conteúdos previamente escolhidos. Os leitores de um blogue que o considerem relevante podem acionar esta modalidade, de forma a controlar ou monitorizar, sem grande esforço, os novos conteúdos ou mensagens. Os utilizadores recebem as últimas

atualizações, numa só página, de determinados blogues ou páginas de *Internet*, que pode ser só o título das novidades ou o endereço completo, para se ter acesso à notícia completa, com informações do autor, da data da publicação. O utilizador das RSS, lendo apenas estas mininotícias, pode ficar a par das últimas informações, sem ter a necessidade de ir a todas as páginas e blogues que considere úteis ou relevantes. A ferramenta RSS, por ter uma relevância maior para os milhões de blogues a nível mundial, tornou-se padronizada mundialmente, utilizando uma linguagem XML³² (Extensible Markup Language). A título meramente demonstrativo e informativo e sem qualquer ordenação por importância ou julgamento, aqui ficam alguns exemplos de sites de agregação de conteúdos por RSS: *Google Reader, Akregator, BlogTok, RSS Owl, FeedReader, Active Web Reader, Pluck RSS Reader, RSS Bandit, Blam Feed Reader, ThinFeeder, NewzJournal, Liferea, Twitter, RSS Feedback*.

Blood (2004) considera que a maioria dos weblogues pretendem alcançar o maior grau possível de funcionalidade e devem ter uma área considerável para publicação de texto, que permita uma razoável leitura, e uma barra lateral, na qual se realça a lista de hiperligações e blogues de Cameron.

Antes da possibilidade de os leitores deixarem comentários, a interação com o autor do blogue fazia-se apenas através do endereço eletrónico do autor, o que era muito limitativo, uma vez que era difícil aos seus seguidores a possibilidade de fazerem críticas ou darem sugestões.

A possibilidade de comentarem as mensagens publicadas é um convite consciente ou inconsciente a uma participação ativa dos leitores. Sabemos que se a mensagem “provoca” os leitores, eles reagem, mostrando que o autor está correto ou que a sua visão está distorcida e ainda podem dar sugestões. E não podemos esquecer que a perceção de que existem muitas pessoas a pensarem da mesma maneira, pode fazer com que muitos leitores que tinham uma atitude passiva se tornarem também produtores de informação. Já falámos anteriormente da credibilidade da informação do blogue, mas, através dos comentários, os leitores podem também validar a informação publicada, acrescentando, também eles, hiperligações que fundamentem as suas opiniões. É claro que também neste campo houve uma evolução e hoje em dia, a moderação de comentários permite que o administrador do blogue aja como moderador dos comentários e possa fazer uma triagem de comentários que sejam inadequados ou insultuosos.

³² Linguagem informática que descreve a estrutura e o conteúdo dos documentos, mas não a sua apresentação visual.

1.2.4 Blogues de bibliotecas

Os blogues tornaram-se uma fonte importante de informação profissional para as bibliotecas, quer sejam criados por pessoas da área das bibliotecas, ou produzidos como recurso para as bibliotecas, embora os blogues e a sua leitura em particular sejam um ótimo instrumento de desenvolvimento pessoal pelo acrescento de informação sempre que os consultamos.

De um modo geral, pensamos poder afirmar que o blogue é, hoje em dia, uma ferramenta de comunicação perfeitamente aceite no campo das bibliotecas e dos bibliotecários em particular, tanto os blogues criados por indivíduos que trabalham em bibliotecas como blogues criados por bibliotecas enquanto serviço. Como vimos, o tipo de público-alvo que lê o blogue é determinante para o tipo de informação, por isso as informações que existem num blogue de uma Biblioteca Escolar são necessariamente diferentes das informações de um blogue feito para bibliotecários ou professores bibliotecários.

Clyde (2004) levou a cabo uma investigação que tinha como objetivos identificar o tipo de bibliotecas que tinham blogues, como era feita a manutenção desses blogues, os objetivos com que foram criados, o público-alvo e os conteúdos dos blogues. As conclusões apresentadas refletem que os blogues são úteis para as bibliotecas, mas poucas bibliotecas realmente tinham blogues oficiais. Clyde (2004) afirma que encontrou muitos blogues pessoais de técnicos que trabalham em bibliotecas, mas que não se nota uma ligação direta entre esse blogue pessoal e a biblioteca propriamente dita. Clyde (2004) defende ainda que o blogue é uma extraordinária ferramenta para informação aos clientes da biblioteca das novidades, notícias, aumentos da coleção, para além da possibilidade de trazer algum *feedback* por parte dos clientes da biblioteca sobre o serviço, o que pode servir de plataforma para a promoção do sucesso. Geoffrey Harder³³ e Randy Reichhardt³⁴ (2003) advogam que os blogues podem ser usados como ferramenta de informações aos pais e encarregados de educação, por exemplo com conselhos sobre como ler com os seus educandos, ou um clube virtual de leitura ou do livro.

Também Clyde (2004) teve dificuldade em achar os blogues de bibliotecas, tentou fazê-lo usando as diretorias anteriormente mencionadas, mas o esforço de tornar este estudo internacional acabou por não ser recompensado e acabou por cingir a sua investigação a

³³ Coordenador das iniciativas digitais. Serviço de pesquisa e coleções especiais da Universidade de Alberta

³⁴ Bibliotecário dos Serviços de Pesquisa da Universidade de Alberta

blogues de bibliotecas criados em três países: Estados Unidos da América, Canadá e Reino Unido, sendo que na sua esmagadora percentagem (84,2%) eram norte-americanos.

Em relação à intenção com que os blogues foram criados pelas bibliotecas, as respostas apontaram maioritariamente para providenciar notícias ou informações aos seus utilizadores e também como forma de promoção de hiperligações e blogues de referência para o público-alvo e apresentação crítica de livros novos e atuais.

Em conclusão, podemos dizer que é necessária uma manutenção constante e atualização do blogue de uma biblioteca e que para isso é necessário tempo e técnicos suficientemente qualificados para a tarefa, bem como equipamentos informáticos que permitam essas atualizações com o mínimo de tempo necessário. É necessário que os responsáveis de uma biblioteca façam essa avaliação, antes de tomarem a decisão de criarem um blogue. Também o público-alvo é deveras importante, pois uma biblioteca pública tem utilizadores de faixas etárias muito díspares, mesmo uma Biblioteca Escolar tem obrigatoriamente leitores de várias idades e muitas vezes alunos de mais do que um ciclo, com diferenças substanciais de interesses, capacidades cognitivas e de linguagens, para não falar no outro campo de possíveis interessados num blogue de uma Biblioteca Escolar, que são os professores. Os leitores frequentam blogues que lhes pareçam interessantes e/ou úteis. Se tiverem ambas as características, talvez assim possam surgir como uma fonte fiável de notícias ou de conselhos para o seu público-alvo.

Todo o esforço levado a cabo para atualizar o blogue promoverá frutos, pois esse interesse demonstrado sentir-se-á ou trespassar-se-á para os seguidores do blogue. Um bibliotecário ou professor bibliotecário que tenha gosto pelas tecnologias e que já passe algum do seu dia em frente a um computador, em especial na *Internet*, pode ter uma maior predisposição para criar um blogue da sua biblioteca e fazê-lo sem que isso seja considerado um esforço sobre-humano, cujo dispêndio de energia não é visto como um investimento na qualidade do serviço prestado pela biblioteca pública ou escolar. Não devemos esquecer que um blogue gasta algum do nosso tempo com a manutenção, mas é uma ferramenta gratuita de *marketing*.

O nome do blogue é muito importante e deve ser alvo de uma boa reflexão, para que, o autor se identifique com o nome escolhido, que seja fácil para os leitores memorizarem pelo menos parte do nome, de forma a poder ser pesquisado nos motores de busca. No caso de ser um blogue de uma biblioteca, a equipa ou indivíduos responsáveis pelo menos deverão tentar adequar o nome do blogue à população que servem. O nome de uma mascote de uma

Biblioteca Escolar que tenha primeiro ciclo poderá servir na perfeição, mas esse tipo de nomes não servirá para bibliotecas escolares apenas com ensino secundário, ou para uma biblioteca pública, cujo público atinge faixas etárias bem amplas.

Os temas devem ser os mais interessantes possíveis, não haverá nenhum leitor que tenha interesse em participar numa discussão ou comentar um assunto aborrecido. Blood (2004) chama atenção de um aspeto que pode ser importante, sobretudo para blogues de bibliotecas, que é o horário de publicação das mensagens. Se o público-alvo visita o blogue maioritariamente durante o horário de expediente, não será adequado que as atualizações sejam feitas a um horário que passe despercebido aos leitores.

Como vimos, os comentários podem ser uma ótima forma de interação com os leitores que se “dão ao trabalho” de visitar o blogue e deixar um contributo ou comentário, por isso é aconselhável que o responsável pelo blogue responda ou pelo menos dê algum *feedback* sobre esse comentário.

1.2.5 Os blogues como fonte de informação

Se nos detivermos no número de blogues a nível mundial, é fácil concluir que nem todos terão a qualidade desejável, nem serão fontes de informação relevante. Contudo, como afirma Belinda Weaver³⁵, jornalista da Weaver’s Web (cit. por CLYDE, 2004, p. 23)

“the more I use weblogs, the more I find the format perfect for current awareness. Though many personal weblogs are a «waste of time», she says, the best «contain useful postings» that help their readers to keep up to date.”

Belinda Weaver defende que este formato pode ser uma ótima maneira de os leitores se manterem atualizados, desde que consigam livrar-se de certos blogues pessoais que são uma perda de tempo. Sem dúvida que os blogues se têm vindo a afirmar-se no campo das fontes de informação Clyde (2004) afirma:

“I have felt much more up to date with issues affecting libraries...since starting to read blogs, and have enjoyed being part of a wider community of bloggers, and that is just

³⁵ Fundadora da empresa de *Marketing Copywrite Matters*

by commentingblogs provide us with a beautiful simple method of developing a global community for the exchange of knowledge” (CLYDE, 2004, p. 23)

Hazel D’Aguiar³⁶ (2003) defende que desde que começou a ler blogues se sente mais atualizado em assuntos que dizem respeito a bibliotecas e assume que gosta de fazer parte de uma comunidade de *bloggers*, trocando comentários. Afirmar ainda, que os blogues fornecem um método simples de desenvolvimento de uma comunidade global para a troca de conhecimento.

E não existem só muitos blogues criados por peritos em diferentes áreas, ou mesmo que não sejam peritos, pessoas com créditos ganhos, relevância atribuída e reconhecida pelos seus pares, mas também existem muitos blogues que arrastam muitos peritos a comentar, acrescentar factos e opiniões, o que ajuda muito à credibilização da informação apresentada e acabam por validar a informação publicada. Aqui, mais uma vez, a característica dos blogues, onde a informação mais atualizada surge em primeiro lugar é determinante. Muitas vezes estes comentários remetem para outras páginas e blogues que apresentam factos que comprovam as teorias e as opiniões e ajudam na credibilização da informação publicada.

Contudo, como veremos no próximo capítulo, achar um blogue de qualidade não é uma tarefa fácil, sobretudo por ser uma ferramenta relativamente fácil de criar, o que levou à proliferação generalizada de milhões de blogues. Sabemos que os blogues surgem nos motores de busca mais variados, mas não existe ainda uma busca com critérios que se possam escolher de modo a fazer uma busca mais filtrada, passível de apenas surgirem os blogues que caíssem na nossa rede de interesses e procura.

Outros dos elementos que dificulta a dicotomia autor e público-alvo é que muitos dos blogues não providenciam a informação do seu autor, o que dificulta a perceção da sua relevância e, muito mais difícil ainda, a associação do autor dos comentários feitos às mensagens publicadas também como critério para a diferenciação entre blogues.

É também relevante salientar que um blogue requer uma atualização permanente, pois um leitor que visite regularmente um determinado blogue e que veja sempre a mesma informação rapidamente deixa de o visitar, mas esta necessidade de atualização constante pode fazer com que os peritos ou as pessoas reconhecidas na área pelos seus pares não partilhem os seus conhecimentos e opiniões fundamentadas.

³⁶ Assistente de Informação na Chartered Institute of Management Accountants (CIMA)

1.2.6 Avaliação de blogues

Nas nossas investigações, não tivemos conhecimento de nenhuma lista de critérios para avaliação de blogues, o que poderia facilitar a vida aos leitores de blogues. Talvez a resposta a esta lacuna possa ser que a avaliação serve várias finalidades. Muitos leitores procuram os melhores blogues, mas a definição de melhor é extremamente subjetiva. Pode significar para uns o que mais entretém, o que parece ser mais fiável como fonte de informação, o mais cativante a nível gráfico.

Na era da informação os blogues ajudam imenso na filtragem da informação, talvez com a proliferação de milhões de blogues, o difícil já seja filtrar os filtros.

“Para todos nós, a grande tarefa que nos espera não é a conquista de acesso a mais informação, mas o desenvolvimento de avenidas de acesso a informação que, de facto alargue a nossa compreensão; tudo o resto é para excluir. Para muitos, os weblogues assumem esse papel de filtros...” Blood (2004, p. 26)

Sabemos que os blogues promovem troca de informação, discussão e comentários em variados temas, mas torna-se muito difícil achar os blogues de qualidade. Não existe uma fonte global com todos os blogues existentes a nível mundial. Alguns motores de busca, como o Google, por exemplo, apresentam blogues aquando das pesquisas sobre determinados temas. Contudo, estas menções são muito menores do que as reais existências dos blogues. Existem diretorias de blogues que assumem duas formas, ou são diretorias que agregam os blogues de todos os temas e as diretorias que separam os blogues por áreas temáticas. Existem ainda algumas diretorias que defendem que a sua lista apenas contém blogues de qualidade, reclamam para si o direito de avaliarem os blogues desse modo. Clyde (2004) apresenta algumas diretorias gerais que passamos a enumerar: *Bligz*, *Blogorama*, *Blogstreet*, *DMOZ Open Directory Project*, *Weblogs*, *Eatonweb Portal*, *Globe of Blogs*, *Guardian Unlimited: The Weblog*, *The Page of only Weblogs* e *Yahoo! Directory of weblogs*.

Clyde (2004) fala ainda de páginas como *Weblogs.com*³⁷ que agrega blogues que foram recentemente atualizados, o que acaba por ser uma boa forma de conhecer novos blogues.

³⁷ Site criado em 1999 que monitoriza blogues em busca de atualizações

Ainda segundo esta autora, os *sites Technorati* e *Waypath*³⁸ defendem que pesquisam em mais do que um milhão de blogues, mas na verdade, estes e outros motores de pesquisa procuram as mensagens que foram publicadas e não os blogues em geral, ou não fazem uma pesquisa indexada por tema específico.

Algumas das páginas que alojam blogues têm também *softwares* que lhes permitem elaborar listas dos últimos blogues criados e que foram criados com aquela ferramenta, como é o caso do *Blogger*.

Parece óbvio que a comunidade seguidora de um blogue ajuda a validar a informação que é publicada, isto é, quanto mais seguidores o blogue tiver, maior é a probabilidade de alguém contestar as afirmações que foram feitas e assim mais fiável é a informação publicada.

Quando um leitor pesquisa, encontra um blogue que lhe interessa, deverá estar atento às hiperligações e blogues que são sugeridos pelo autor do blogue, pois este pode ser uma boa fonte de informação.

As pessoas que possuem um blogue deverão pensar que as pessoas que o visitam fazem-no porque esperam informações fiáveis e importantes, mesmo que essas informações surjam em outras hiperligações. Mas o que é importante é que, de todos esses outros lugares, o leitor escolheu vir àquele blogue. Talvez por isso Blood (2004) considere que os weblogues atraem leitores fiéis.

Uma das mais-valias dos blogues é o factor democracia, uma vez que, por norma, os autores de blogues não têm acesso a um qualquer outro meio de comunicação público tradicional. “Na blogosfera todos podem ter a sua voz” (BLOOD, 2004, p. 24) desde que um acesso à *Internet* e conhecimentos básicos na ótica do utilizador. Os autores de blogues têm uma posição mais livre que alguns jornalistas, pois não dependem financeiramente, nem profissionalmente das suas fontes, normalmente não têm fins lucrativos e têm a possibilidade de contextualizar a informação, juntando, às informações publicadas, hiperligações para documentos ou outras ligações. Os blogues podem contestar as informações providenciadas por jornalistas, não distorcer factos, mostrar a realidade nua e crua, isto é, pelo menos com a sua interpretação da realidade, procurar material suplementar que corrobore ou contrarie, que fundamente a publicação da notícia. De certa maneira, faz com que uma notícia publicada possa fazer parecer que o autor do blogue é um especialista em várias matérias.

Quando um autor de um blogue, nas suas pesquisas, procura várias fontes de informação para escolher qual a mais fiável, a mais realista para publicar no seu blogue, está a

³⁸ Motores de busca de *Internet* especializados na pesquisa de blogues

fazer um exercício de interpretação dos media, fá-lo entender melhor a comunicação social e as suas lacunas e potenciais. E são conhecimentos que usa na publicação do seu blogue, juntamente com a hiperligação para a fonte, acrescentando o tom que achar mais apropriado, se um tom crítico ou um tom meramente informativo sem interpretações do facto. No fundo, é livre de comentar qualquer assunto, dizer o que pensa, devendo no entanto, cumprir as regras de ética que abordámos neste capítulo.

Os leitores ao escolherem seguir determinado blogue já estão a fazer uma escolha, consciente ou não, pois estão a informar outros leitores que aquele ou aqueles blogues são passíveis de conter informação relevante ou interessante no seu ponto de vista. Muitos leitores de blogues confiarão em páginas de *Internet* e em outros blogues que remetem para blogues de qualidade.

Esta situação torna-se mais delicada quando se trata de escolhas feitas por bibliotecas públicas ou escolares, pois têm uma responsabilidade acrescida. Devem fazer escolhas não para si, escolhas pessoais, mas sim para a comunidade de leitores que servem.

Há algumas tentativas de criação desses critérios, nomeadamente, critérios elaborados por vários investigadores como por exemplo: na Biblioteca de Sheridan, Elizabeth Kirk³⁹, na Universidade John Hopkins, um documento intitulado “*Evaluating Information Found on the Internet*” e a investigadora Carolyn Caywood⁴⁰, no documento “*Library Selection Criteria for WWW Resources*”.

Apesar de estas informações terem sido atualizadas pela última vez em 1996, o que pode tornar a informação demasiado antiga se tivermos em conta a produção diária de informação no mundo da *Internet*, aqui ficam os critérios de avaliação de blogues de informação compilados por Clyde (2004), partindo dos documentos supracitados:

Authority, Purpose, Scope and Coverage, Reliability, Currency *Authority* é o critério que diz respeito à autoria do blogue e até que ponto esse autor tem uma reputação na área que lhe permita fazer determinadas afirmações com seriedade.

Purpose, diz respeito ao objetivo que o blogue possui e que público-alvo pretende alcançar ou cujas necessidades pretende ultrapassar.

Scope and Coverage dizem respeito à cobertura ou abrangência que o blogue tem e se este está de acordo com os objetivos gerais do blogue e se são condizentes com as

³⁹ Responsável pelo programa de coleções da Biblioteca de Sheridan, pelos recursos digitais, aquisição, catalogação, metadados e avaliação

⁴⁰ Bibliotecária reformada em *Virginia Beach*. Membro da *American Library Association (ALA)*

necessidades dos utilizadores. É também com este critério que se avalia se a cobertura de temas dos blogues é adequado ao que estava previsto.

Reliability é o critério que referencia se a informação patente no blogue é fiável, se esta pode ser verificada através de outras fontes de informação, se o conteúdo reflete apenas um ponto de vista do tema. A informação deve ser transmitida de uma forma que inspire confiança, com qualidade de escrita e sem erros gramaticais.

Quanto ao critério *Currency*, determina-se através da frequência de atualização do blogue, se essas mesmas adaptações são claras e perceptíveis para os leitores e atuais, bem como se existem fotografias e outras características visuais que chamem à atenção para o blogue.

Clyde (2004, p. 29) partindo dos documentos supracitados, criou ainda Critérios de avaliação de fontes de informação *online* compilados: *Format, Appearance, Navigation, Links, User needs, Technical aspects*:

Format mostra se o formato do blogue é adequado tendo em conta o público-alvo a que este se destina e os assuntos que são tratados no blogue.

Appearance prende-se com a apresentação geral da página, se ela é atraente para os seus leitores e se está de acordo com o objectivo geral do blogue, cores, o tipo de letra, o fundo.

Navigation prende-se com a navegabilidade do blogue, com a facilidade que um leitor tem em achar a informação que procura, se tem um mapa da página que mostre a sua estrutura e se tem uma caixa de pesquisa e que seja simples de usar.

Links é um critério que avalia se as hiperligações apresentadas são relevantes e adequadas à ideia geral do blogue e se estão todas operacionais e em funcionamento e se os leitores conseguem distinguir essas hiperligações do conteúdo principal do blogue em si mesmo.

User needs avalia se o blogue pode ser usado por pessoas com dificuldades visuais, com potencialidades sonoras para minorar ou ultrapassar essas dificuldades. Avalia ainda se todos os conteúdos do blogue são gratuitos e se o acesso a todo o blogue ou a partes requerem uma palavra-passe.

Technical aspects é o critério que avalia se o blogue funciona bem em todos os browsers, ou se em browsers mais antiquados deixamos de ter acesso a algumas das funcionalidades. Avalia ainda a velocidade de carregamento da página.

E por último Clyde, (2004, p. 31), partindo dos documentos supracitados, criou os critérios de avaliação especificamente para blogues: *Appeal as weblog*, *Arrangement by date*, *Interactivity*, *Features*:

Appeal as weblog é um critério que avalia se o blogue é atraente para os leitores em comparação com blogues semelhantes dentro do mesmo tema, como o blogue utiliza as características do *software* de criação e manutenção de blogues.

Arrangement by date certifica-se que o blogue tem mensagens datadas, se é claro, com que frequência é atualizado e se o esquema de atualizações é apropriado ao objetivo do blogue e ao tema que é tratado no mesmo.

Interactivity avalia as ferramentas de interatividade com os leitores do blogue e se as pessoas usam essas mesmas ferramentas, por exemplo através de comentários e a sua frequência. É também útil perceber com este critério se os comentários são de alguma forma representativos da comunidade seguidora deste blogue, bem como se deixar comentários é fácil para a generalidade dos leitores e se lhes é permitido interagir entre eles.

Features avalia a existência de um arquivo que permita aos leitores procurarem mensagens antigas e comentários às mesmas, ou se é utilizada a ferramenta *Rich Site Summary* ou *Real Simple Syndication* ou *RDF Site Summary (RSS)*

Os *Bloggies*, criados por Nicolai Nolan⁴¹, são uma ação que decorre anualmente desde 2001 e trata-se de uma entrega de prémios aos melhores blogues nomeados de acordo com os critérios dos responsáveis. Não existe atualmente nenhuma informação sobre esses mesmos critérios que esteja disponível na página da iniciativa.

Os membros dos júris são criadores e escritores de blogues e outras pessoas associadas de alguma forma a esse mundo, denominada como a blogosfera. Existem várias categorias:

- *Best Web Application for Weblogs*
- *Best Australian or New Zealand Weblog*
- *Best Asian Weblog*
- *Best African Weblog*
- *Best European Weblog*
- *Best Latin American Weblog*
- *Best Canadian Weblog*
- *Best Photography of a Weblog*

⁴¹ Presidente dos *Bloggies* (Entrega de prémios para blogues)

- *Best Art, Craft, or Design Weblog*
- *Best Food Weblog*
- *Best Fashion Weblog*
- *Best Travel Weblog*
- *Best Weblog About Music*
- *Best Gossip Weblog*
- *Best Entertainment Weblog*
- *Best Sports Weblog*
- *Best Weblog About Politics*
- *Best Computer or Technology Weblog*
- *Best GLBT Weblog (Weblogs about gay, lesbian, bisexual, and transgender interests.)*
- *Best Topical Weblog*
- *Best Teen Weblog*
- *Most Humorous Weblog*
- *Best Writing of a Weblog*
- *Best Group Weblog*
- *Best Community Weblog*
- *Best-Designed Weblog*
- *Best-Kept Secret Weblog*
- *Best New Weblog*
- *Lifetime Achievement*
- *Weblog of the Year*

Os premiados desta iniciativa concorrem todos à categoria mais importante, “*Weblog of the year*”, o blogue do ano e que recebe a quantia de cerca de 20,10 dólares, pomposamente anunciados como 2010 cêntimos.

Esta lacuna de critérios de avaliação de blogues aceite pela generalidade de especialistas, pode muito bem ser um campo que venha a interessar possíveis investigadores nesta área.

Capítulo 2 - O Blogue nas Bibliotecas Escolares do Distrito de Lisboa

2.1 Método de análise

Dado que nos debruçamos nesta dissertação sobre as bibliotecas escolares e as suas eventuais práticas de *marketing*, bem como a identificação do eventual impacto dessas medidas na comunicação com os utilizadores (alunos, professores e encarregados de educação), procedemos a um estudo exploratório que abarca uma realidade social complexa e que teve uma flexibilidade que permitiu ajustamentos ao longo da execução do estudo. A investigação qualitativa tem como fonte direta de dados o ambiente natural, analisando o comportamento humano como sendo intensamente influenciado pelo contexto em que ocorre. Assim, esta investigação é eminentemente descritiva e interpretativa.

2.2 Sujeitos e fontes do estudo

Optámos por um estudo com uma perspetiva qualitativa, onde os questionários, tanto a alunos de escolas com bibliotecas escolares com blogues e os respetivos coordenadores professores bibliotecários, são as fontes da recolha de dados.

Para escolher a amostra do estudo foi feita uma pesquisa de todos os blogues de bibliotecas escolares presentes no “Mapa das Bibliotecas Escolares”, disponível no seguinte endereço: <http://sites.google.com/site/bevilarinho/mapablogues>. Após a referida pesquisa, foi analisado o número de mensagens publicadas no espaço de tempo igual para todos os blogues, desde janeiro de 2010 até março de 2011. Os quinze blogues com maior número de mensagens serão o ponto de partida deste estudo.

2.3 Instrumentos utilizados

Para a recolha de dados foram criados dois questionários a serem aplicados em ambiente escolar, que desempenham um papel preponderante. Os questionários têm públicos-alvo diferentes, um dos questionários deve ser aplicado a uma percentagem de dois por cento da população discente da escola com Biblioteca Escolar que tenha um dos quinze blogues mais atualizados do distrito de Lisboa.

2.4 Procedimentos seguidos

Os professores bibliotecários, coordenadores das bibliotecas que gerem os referidos quinze blogues serão contactados, em primeiro lugar telefonicamente, informando-os que os blogues das suas bibliotecas escolares estão entre os que contêm mais mensagens de todos os blogues do distrito de Lisboa e que por essa razão foram escolhidos para participarem num estudo que faz parte de um trabalho de investigação no âmbito do Mestrado em Ciências da Educação, na Área de Bibliotecas Escolares e Literacias do Século XXI, curso ministrado na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia (ULHT).

Os coordenadores contactados serão ainda informados do objetivo do estudo, que se prende com o intuito de conhecer o eventual impacto do uso do blogue de uma Biblioteca Escolar nos seus reais e potenciais utilizadores. A pertinência deste estudo tem como base a introdução das tecnologias nas escolas portuguesas, onde foram criadas e desenvolvidas novas práticas letivas.

Com a anuência dos professores bibliotecários envolvidos, serão distribuídos questionários com base em uma percentagem de 2% da totalidade de alunos da escola em questão, que depois de preenchidos deverão ser entregues ao responsável pela biblioteca.

Em algumas escolas, será necessário o contacto com a direção e o respetivo pedido de autorização para a realização destes questionários, tanto ao professor bibliotecário, como à amostra de alunos frequentadores do blogue da escola anteriormente referida.

O questionário aos alunos foi aplicado, em forma de pré-teste, a um conjunto de dez alunos, monitores da Biblioteca Escolar do agrupamento a que estou ligado profissionalmente, para aferir se a linguagem utilizada era perceptível por todos e foram anotadas as perguntas que causaram dúvidas ou hesitações nos alunos, que serviram para melhorar o questionário em si.

Capítulo 3 – Dados recolhidos a partir dos questionários

3.1 Apresentação dos dados recolhidos

Após a recolha de todos os questionários aplicados nas quinze escolas do distrito de Lisboa que possuem blogues com maior número de mensagens, no espaço de tempo que decorreu entre janeiro de 2010 e março de 2011, procedemos ao tratamento estatístico utilizando o programa Microsoft Excel de modo a poder analisar, comparar e tirar as conclusões mais pertinentes.

Uma vez que da nossa investigação fazem parte dois questionários distribuídos respetivamente, a alunos e a professores bibliotecários ou membros da equipa responsável pelo blogue da biblioteca, optámos por, neste capítulo, fazer apenas uma análise das percentagens obtidas através do referido tratamento estatístico.

Após conhecermos todos os dados recolhidos de ambos os questionários, faremos no capítulo seguinte, uma leitura com uma perspetiva de relação entre os factos, entre as respostas de alunos e professores a temas semelhantes, mostrando contradições, opiniões em comum e tentando perspetivar soluções para os problemas apresentados e percecionados com uma margem de erro menor.

Assim, neste capítulo, apresentamos os dados que mais se destacaram e que, de algum modo, nos pareceram mais relevantes, iniciando por uma breve caracterização das quinze escolas cujos blogues continham maior número de mensagens, tendo os mesmos sido ordenados pelo volume de informação publicada. Complementarmente, apresentam-se ainda as informações relativas às visitas e o número de comentários às mensagens. As visitas não são, por si só, um indicador que possamos levar em consideração, uma vez que a maior parte dos contadores de visitas que se podem importar para os blogues, em linguagem HTML, permitem que, por razões de organização da própria biblioteca, este contador não comece do zero, levando a eventuais leituras enviesadas da realidade. Já a informação relativa aos comentários poderá ser tida em conta, de uma forma mais sustentada, para análises comparativas com as mensagens publicadas, dado que são objetivos, contabilizáveis e passíveis de análises quantitativas.

	Concelho	Localidade	Mensagens	Comentários	Visitas
A	Sintra	Rio de Mouro	316	40	662424
B	Sintra	Queluz	304	351	186577
C	Lisboa	Lisboa	215	8	16322
D	Mafra	Póvoa da Galega	191	186	9859
E	Mafra	Venda do Pinheiro	172	40	23007
F	Vila Franca de Xira	Forte da Casa	160	1	SEM CONTADOR
G	Sintra	Cacém	141	12	15039
H	Lourinhã	Lourinhã	134	5	400439
I	Mafra	Santo Estêvão das Galés	131	61	9581
J	Oeiras	Paço de Arcos	106	8	12477
K	Queluz	Queluz	92	14	5196
L	Lisboa	Lisboa	90	6	9835
M	Odivelas	Odivelas	81	47	7722
N	Odivelas	Odivelas	54	0	5042
O	Loures	Loures	43	0	SEM CONTADOR

Quadro síntese das escolas analisadas

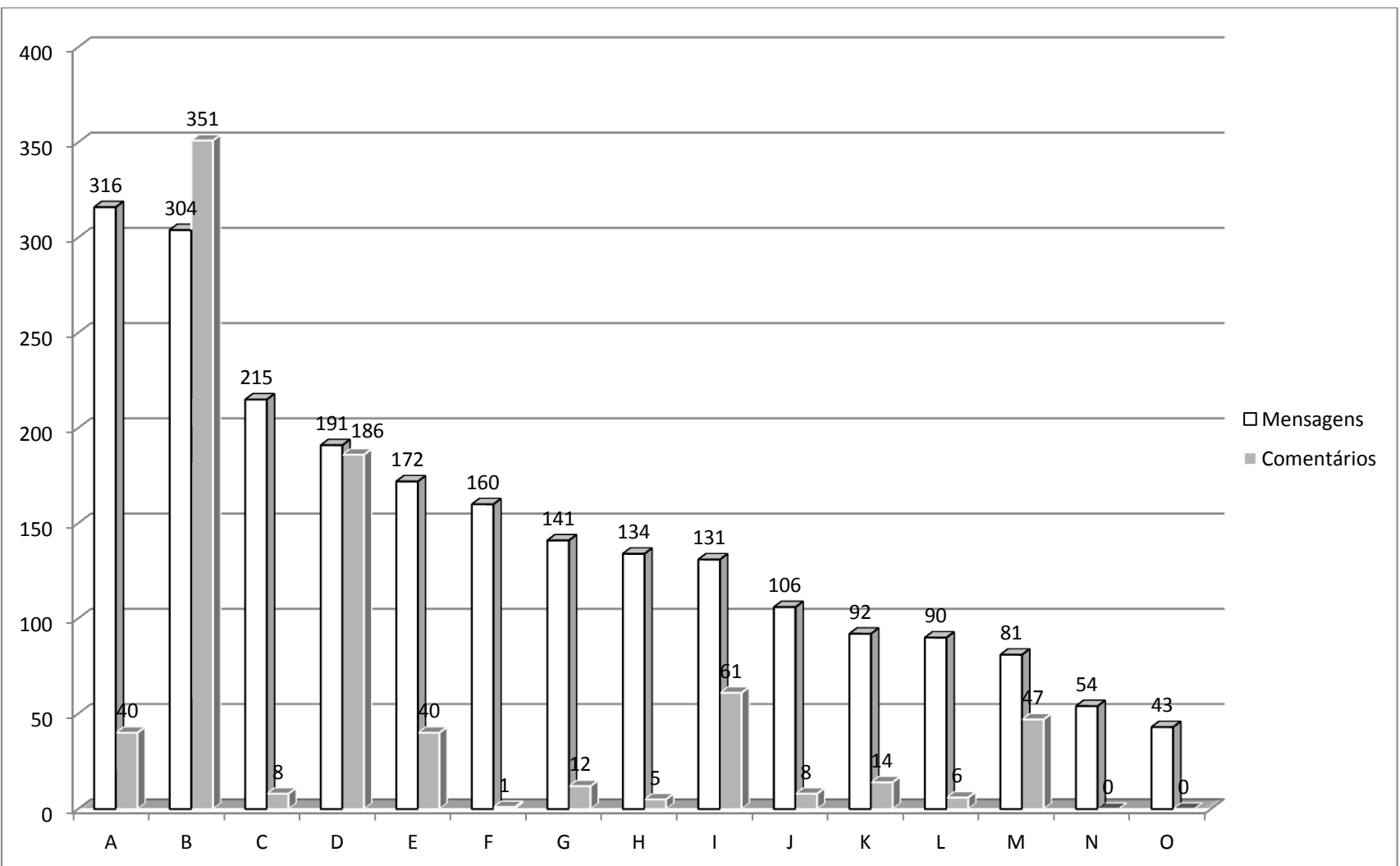


Gráfico 1 - Mensagens e comentários dos blogues de bibliotecas escolares estudados entre Janeiro de 2010 e Março de 2011

3.1.1 Questionários aos alunos

Foram recolhidos 389 questionários, sendo os inquiridos alunos de escolas de primeiro, segundo e terceiro ciclos e do ensino secundário, nas seguintes percentagens:

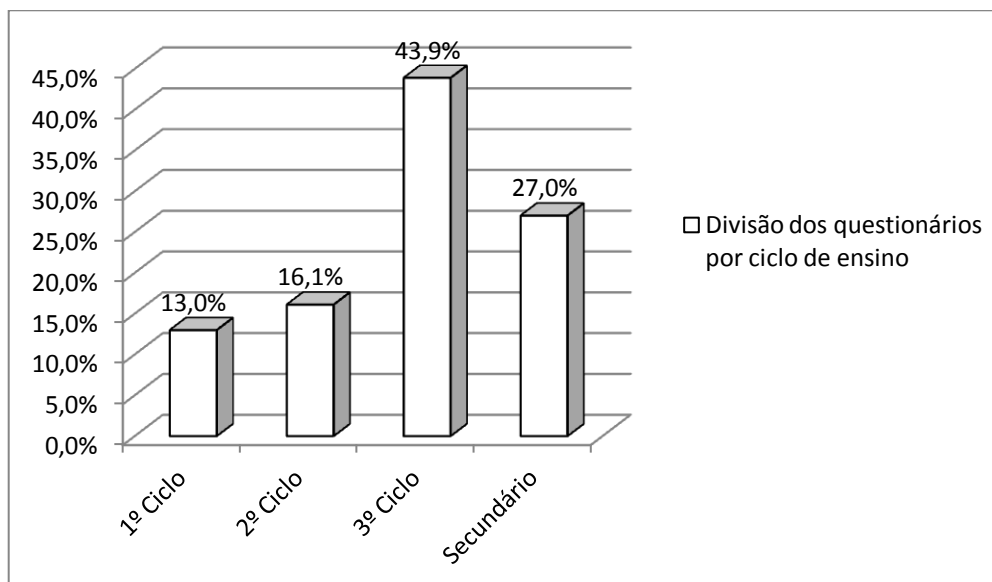


Gráfico 2 - Divisão dos questionários por ciclo de ensino

Dos alunos inquiridos, a grande maioria são alunos do terceiro ciclo (43,9%) e do ensino secundário (27%). Os restantes inquiridos são de segundo ciclo (16,1%) e, em menor número, de primeiro ciclo (13%).

No que diz respeito às idades dos alunos inquiridos nesta investigação, a grande maioria situa-se entre os doze e os dezassete anos de idade.

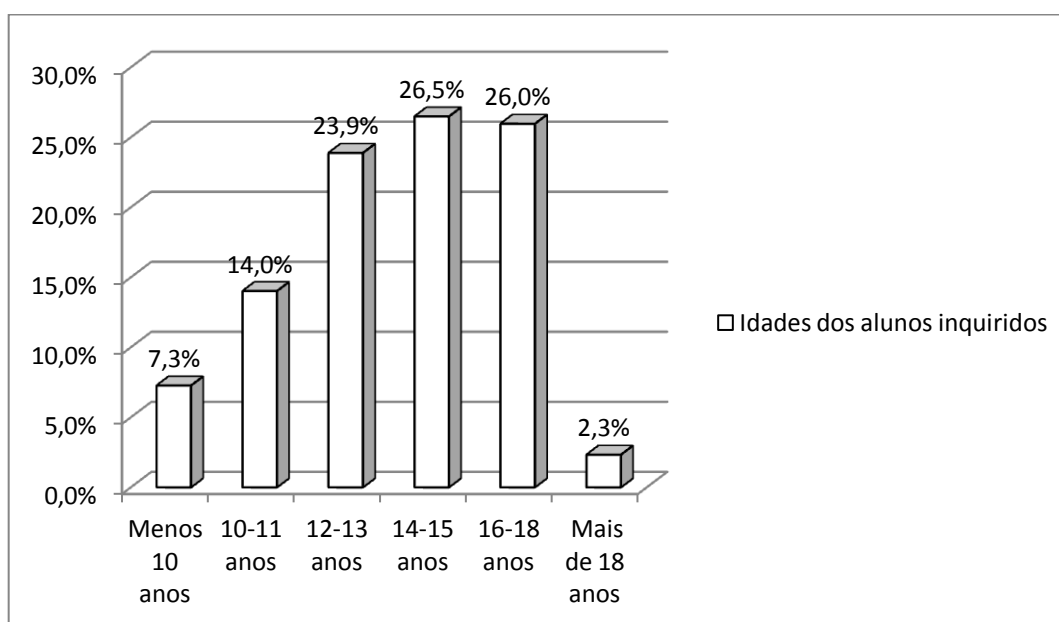


Gráfico 3 - Idades dos alunos inquiridos

A idade dos alunos inquiridos com maior percentagem situa-se entre os catorze e os quinze anos, com 26,5%, seguindo-se o grupo de alunos com idades compreendidas entre os dezasseis e os dezoito anos, com a percentagem de 26%, e com 23,9% a faixa etária que compreende alunos entre os doze e os treze anos de idade.

A faixa etária com menor percentagem (2,3%) de alunos inquiridos neste estudo é a do grupo de alunos com mais de dezoito anos de idade. Segue-se o grupo com menos de dez anos, com a percentagem de 7,3% e o grupo entre os dez e os onze anos com uma percentagem de 14%.

Após a parte dos questionários aos alunos relativa à caracterização, passaremos agora a apresentar a segunda parte do mesmo, onde foram feitas perguntas sobre o blogue de cada Biblioteca Escolar, tentando assim conhecer a experiência pessoal de cada aluno e a sua interação com o blogue da respetiva Biblioteca Escolar.

Logo na análise da pergunta número 1: “A biblioteca da tua escola tem um blogue?”, surgiu-nos um facto que nos pareceu digno de registo: dos 389 questionários, houve 16,7% de alunos que responderam que não faziam ideia se a biblioteca da sua escola tinha ou não um blogue.

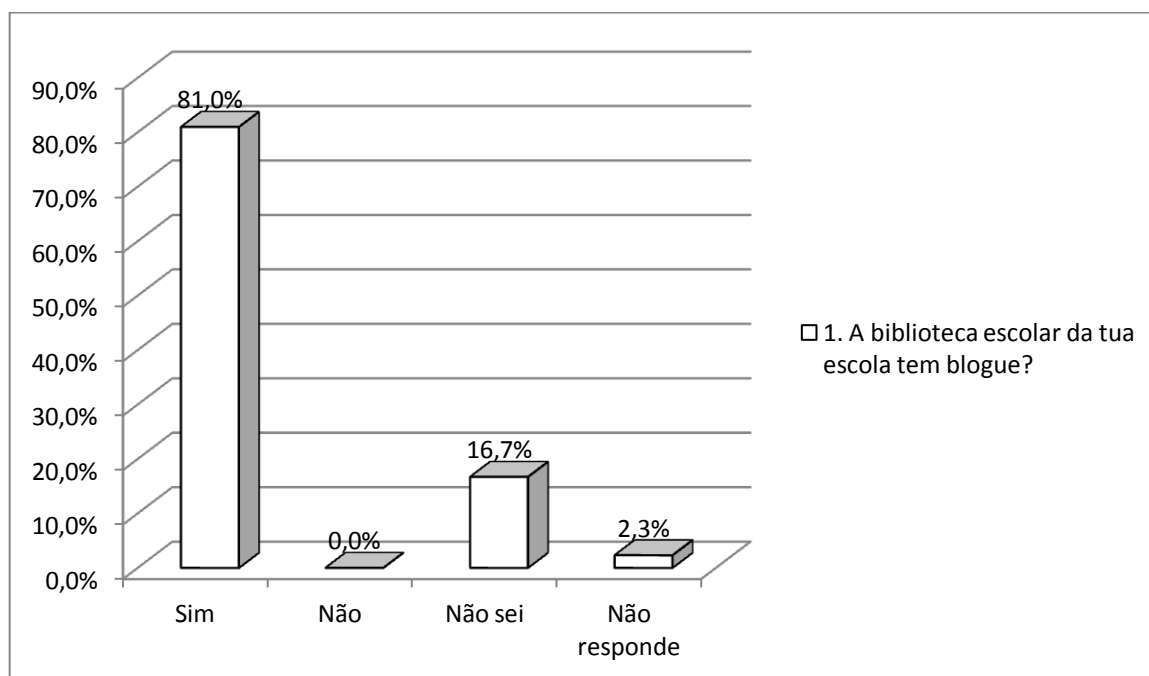


Gráfico 4 - A Biblioteca Escolar da tua escola tem blogue?

É sem dúvida um facto que merece algum tipo de reflexão por parte dos professores responsáveis pelos blogues. No entanto, 81% dos alunos revelou saber da existência do blogue da Biblioteca Escolar. Destacam-se ainda as escolas C, D, H e K em que a totalidade os inquiridos tinham conhecimento do blogue da Biblioteca Escolar. Em sentido contrário, apresentamos o exemplo da escola N, em que a maioria dos alunos (60,5%) não sabia da existência do blogue até este questionário e apenas 39,5% dos inquiridos referiu ter conhecimento da sua existência.

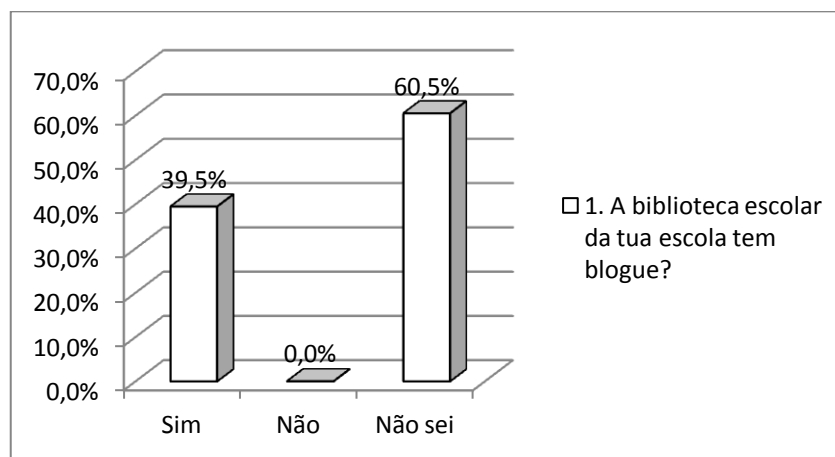


Gráfico 5 - A Biblioteca Escolar da tua escola tem blogue?

No que diz respeito à pergunta número 2, “O que gostas mais no blogue da Biblioteca Escolar?”, os alunos mostraram um grande afastamento do blogue da respetiva Biblioteca Escolar, uma vez que as respostas “Frequenta pouco o blogue” ou “Blogue pouco divulgado” obtiveram 11,1% e 2,6% respostas respetivamente. Acrescentamos ainda que 27,2% por cento dos alunos inquiridos afirmam não saber ou não responde a esta questão.

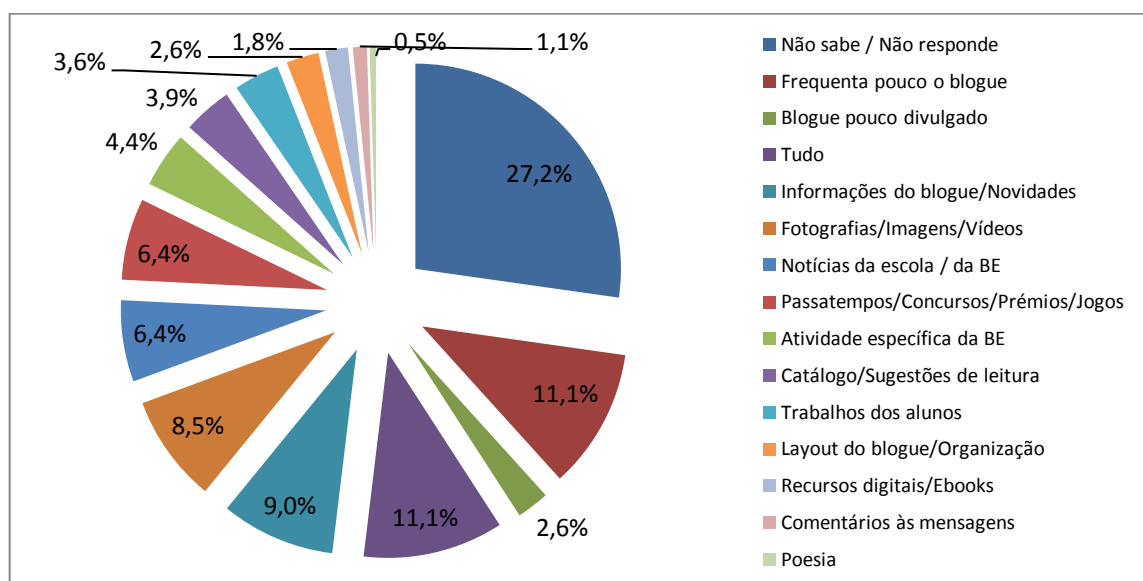


Gráfico 6 - O que gostas mais no blogue da Biblioteca Escolar?

A maioria dos alunos (11,1%) revelou gostar de tudo no blogue, seguindo-se os alunos que manifestam gostar das informações do blogue e as suas novidades (9%) e os alunos que gostam das fotografias, das imagens e dos vídeos (8,5%).

Os alunos que manifestam gostar das notícias da escola e da Biblioteca Escolar representam uma percentagem de 6,4%, bem como os que gostam dos passatempos, concursos, prémios e jogos.

As atividades específicas da Biblioteca Escolar, ou seja, o conjunto de atividades que apenas dizem respeito especificamente a cada biblioteca agradam a 4,4% dos alunos. Já os alunos que manifestaram gostar do catálogo da Biblioteca Escolar e das sugestões de leitura (3,9%) foram em percentagem semelhantes aos que manifestaram gostar das publicações dos respetivos trabalhos (3,6%).

O *layout* do blogue e a sua organização agradam a 2,6% dos alunos, enquanto os recursos digitais e os *Ebooks* agradam apenas a 1,8% dos inquiridos e os comentários às mensagens publicadas a 1,1%. A menor percentagem, 0,5%, recai sobre as publicações de poesia.

A análise das respostas à questão número 3 do questionário aos alunos, “O que gostas menos no blogue da Biblioteca Escolar?” reflete aquilo que mais lhes desagradava no mesmo.

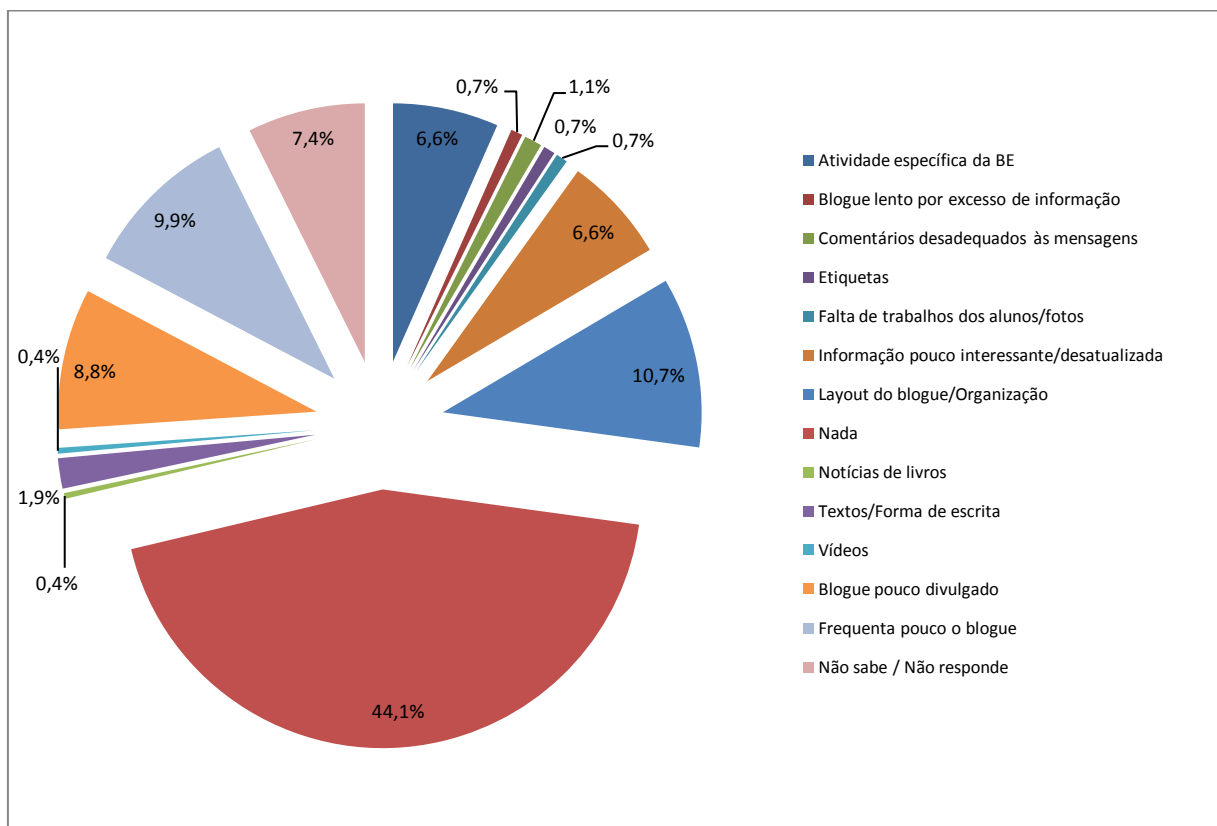


Gráfico 7 - O que gostas menos no blogue da Biblioteca Escolar?

A maior percentagem (44,1%) é relativa a alunos que referiram não haver nada que não gostem no blogue da sua Biblioteca Escolar. A segunda maior percentagem (10,7%) reporta-se a alunos que manifestaram não gostar do *layout* do blogue ou da sua organização. Com a percentagem de 6,6% surgem alunos que manifestam não gostar de algumas atividades específicas das respetivas bibliotecas escolares, bem como os alunos que consideram a informação publicada pouco interessante ou desatualizada.

Com percentagens bastante inferiores surgem alunos que não gostam dos textos publicados, nem da forma de escrita do blogue (1,9%); alunos que não gostam de comentários que consideram desadequados às mensagens publicadas (1,1%); os que consideram que o blogue, por ter excesso de informação, fica muito lento no carregamento da página, com a mesma percentagem (0,7%) dos que referem não aprovar as etiquetas utilizadas pelos responsáveis do blogue e dos que manifestam sentir a falta de verem publicados trabalhos de alunos. Com a mesma percentagem de 0,4% dos inquiridos estão ainda os alunos que manifestam não gostar de notícias de livros e os que não simpatizam com os vídeos apresentados nos blogues. Não podemos deixar de referir que 9,9% dos inquiridos manifestam não frequentar assiduamente o blogue, 8,8% pensam que o blogue da sua biblioteca é pouco divulgado e que 7,4% diz que não sabe ou optou por não responder à questão.

A pergunta número 4 pretendia aferir quais os temas mais frequentemente abordados no blogue da Biblioteca Escolar, sendo que os alunos podiam assinalar mais do que uma opção, num limite de três.

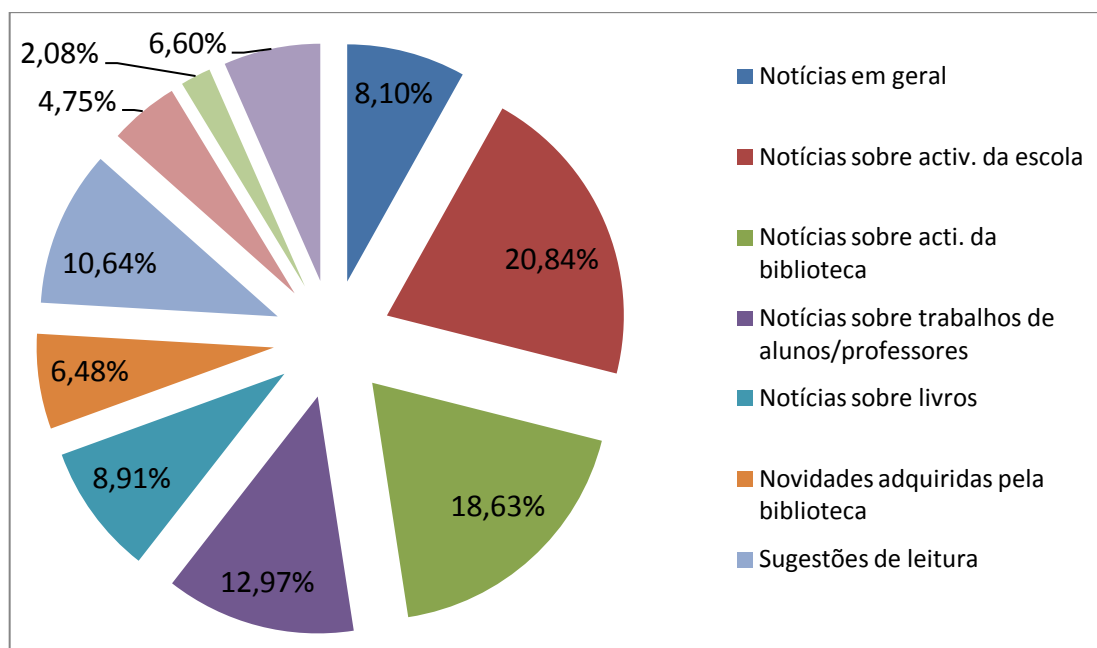


Gráfico 8 - Temas mais frequentemente abordados no blogue da tua Biblioteca Escolar

Da análise do gráfico da pergunta número 4, os temas mais frequentemente abordados no blogue da tua Biblioteca Escolar, verificamos que, na opinião dos alunos, os professores responsáveis pelos blogues investigados dão maior importância a notícias de atividades da escola (20,84%) e numa percentagem ligeiramente inferior (18,63%) a notícias de atividades realizadas pela biblioteca. Com 12,97% surgem os alunos que referem as notícias de trabalhos de alunos/professores como mais frequentemente abordadas e ainda com uma percentagem inferior mas relevante de 10,64%, as sugestões de leitura. Com percentagens muito próximas surgem os alunos que consideram que dos temas mais abordados no blogue das suas bibliotecas fazem parte notícias sobre livros (8,91%) e notícias em geral (8,10%).

As informações sobre concursos apresentam uma percentagem de 6,60%, seguidas de 6,48% de alunos que referem as novidades adquiridas pelas bibliotecas. As duas opções menos escolhidas foram as categorias de sugestões de filmes com 4,75% e sugestões de recursos digitais com 2,08%.

No questionário aos alunos, a pergunta número 5, “Sabes com que frequência é atualizado o blogue da biblioteca?”, pretendia aferir/medir a perspetiva que os alunos têm sobre o nível de atualidade do mesmo.

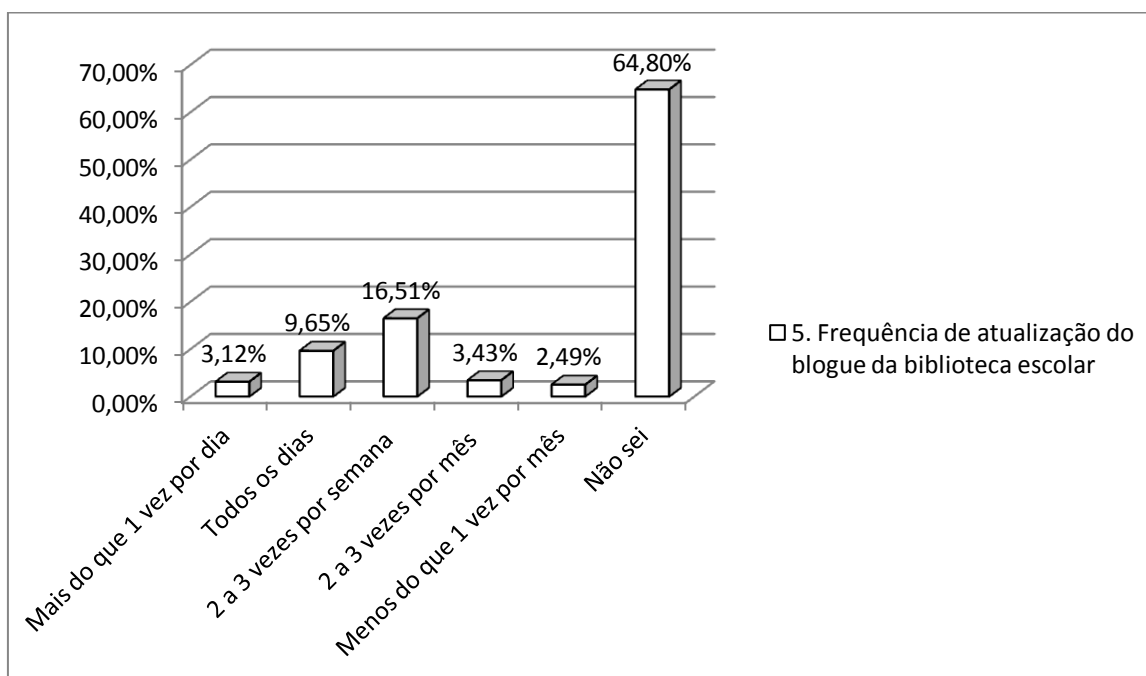


Gráfico 9 - Frequência de atualização do blogue da biblioteca

Cerca de 65% dos alunos refere desconhecer a frequência com que os blogues das suas bibliotecas escolares é atualizado pelos responsáveis. A segunda percentagem mais elevada está a uma distância considerável, com 16,51%, e representa os alunos que pensam que o

blogue da sua biblioteca é atualizado semanalmente, duas a três vezes. Com 9,65% surgem os alunos que pensam que o blogue é atualizado todos os dias, seguido de percentagens muito próximas de alunos que consideram que a atualização do blogue é feita duas a três vezes por mês (3,43%) e os que consideram que o blogue é atualizado mais do que uma vez por dia (3,12%). A percentagem menor (2,49%) refere-se aos alunos que pensam que o blogue só é atualizado menos do que uma vez por mês.

Neste domínio da frequência de atualização do blogue podemos verificar a concordância entre as respostas dos alunos e as dos professores uma vez que ambos referem que os blogues das suas bibliotecas são atualizados duas a três vezes por semana.

A pergunta número 6 questiona os alunos acerca do conhecimento do endereço de *email* para contacto direto com os responsáveis do blogue da Biblioteca Escolar.

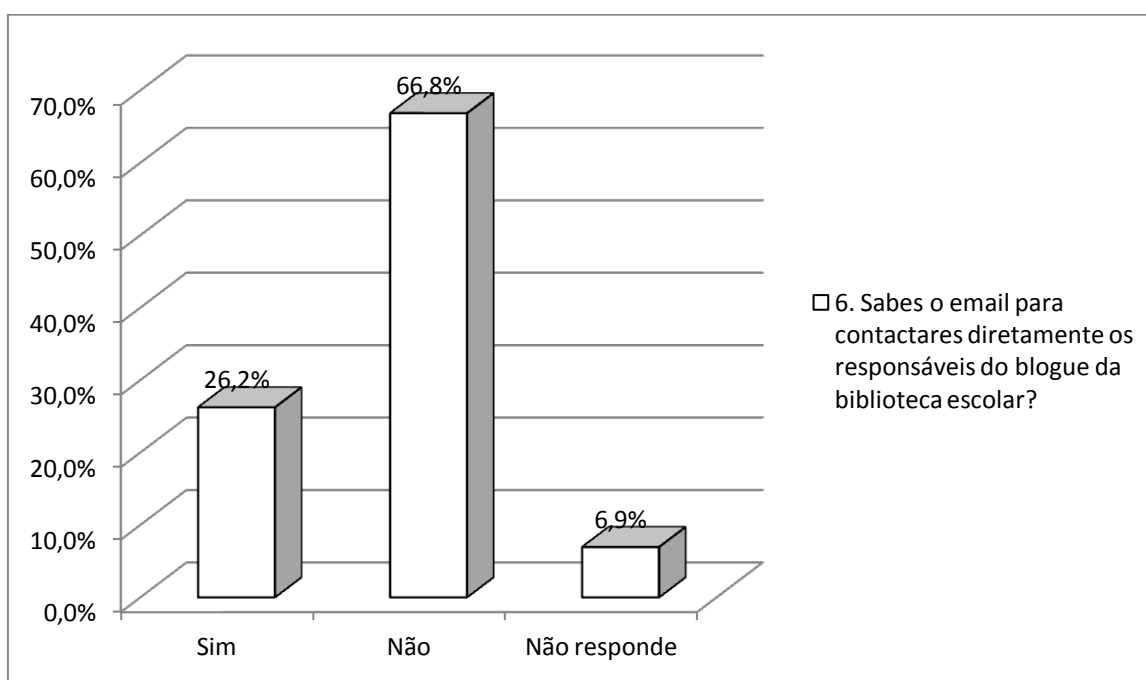


Gráfico 10 - Sabes o email para contactares diretamente os responsáveis do blogue da Biblioteca Escolar?

A maioria dos alunos, 66,8%, referiu desconhecer o *email* para contacto direto com os responsáveis do blogue e apenas 26,2% dos alunos inquiridos têm esse conhecimento. Da análise do gráfico salienta-se ainda a percentagem de cerca de 7% de alunos que não respondeu à pergunta.

Analisando os resultados das escolas individualmente apercebemo-nos de três casos peculiares: na escola a que atribuímos a letra H, a maioria dos alunos (54,5%) afirma saber o endereço de *email* para contato direto com os responsáveis da biblioteca em geral e do blogue

em particular; na escola G a totalidade dos alunos (100%) afirma desconhecer o endereço de *email* para contato e na escola K metade dos alunos (50%) afirma conhecer o referido endereço.

Em seguida apresentamos os resultados da análise da pergunta 7: “ Sabes se são permitidos comentários às mensagens publicadas?”

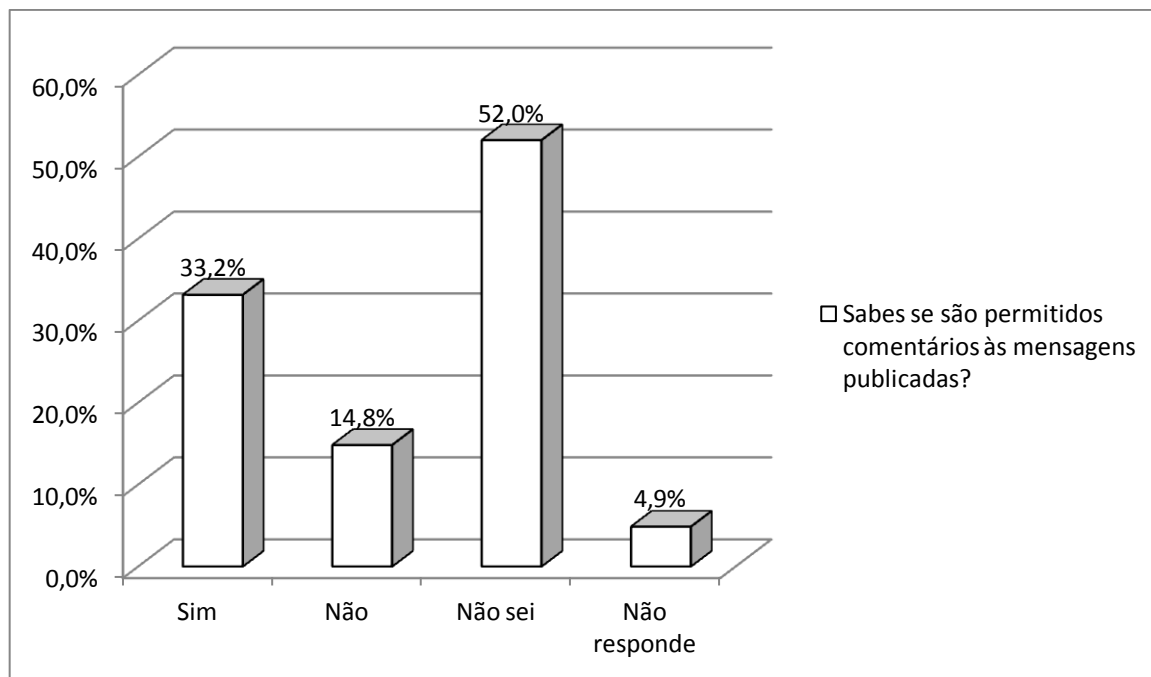


Gráfico 11 - Sabes se são permitidos comentários às mensagens publicadas?

Na pergunta 7, a maioria dos alunos inquiridos (52%) revelaram desconhecer se são permitidos comentários às mensagens publicadas e apenas 33,2% referem conhecer a permissão para comentar. Com percentagens menos significativas estão os alunos que referem que no blogue da sua biblioteca não são permitidos comentários (14,8%) e os que não respondem à pergunta (4,9%).

Quando se procede à análise desta pergunta, em cada escola individualmente, vemos que na escola B são mais os alunos (54,3%) que dizem ser permitidos os comentários do que os que desconhecem essa permissão ou proibição (36,6%).

No que diz respeito à escola F, 52,2% afirma saber que são permitidos comentários, mas 47,8% afirma o contrário, ou seja que não são permitidos comentários. É curioso perceber que nenhum dos alunos desta escola afirma desconhecer a resposta.

A escola E também se destaca da média, uma vez que na sua maioria, 56,6%, afirma que não são permitidos os comentários às mensagens publicadas no blogue da biblioteca.

Em jeito de antecipação, veremos nos resultados da análise dos questionários aos professores responsáveis pelos blogues que em todas as escolas são permitidos comentários às mensagens publicadas.

A pergunta número 8. “Costumas comentar as mensagens publicadas?” pretendia abordar a interatividade dos alunos com o blogue das respetivas bibliotecas escolares

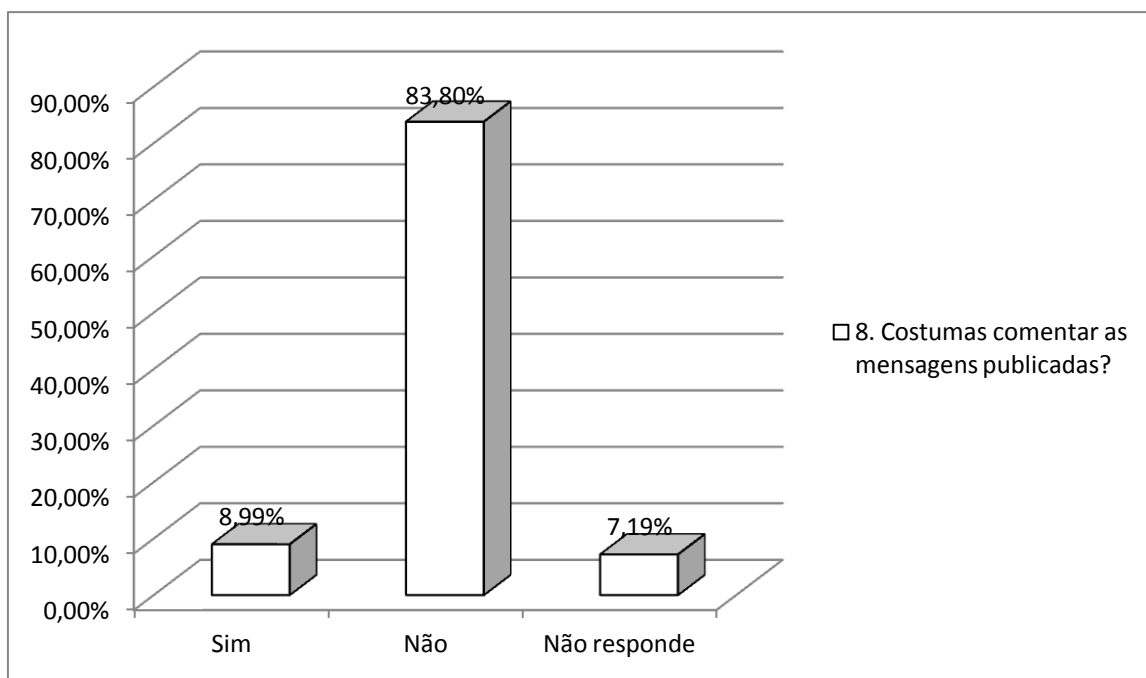


Gráfico 12 - Costumas comentar as mensagens publicadas?

É fácil perceber que a esmagadora maioria (83,80%) dos alunos não costuma comentar as mensagens publicadas no blogue, enquanto apenas 8,99% afirma interagir através de comentários com o respetivo blogue. Não responderam à pergunta 7,19% dos alunos.

Analisando agora as respostas a esta pergunta em cada escola individualmente percebemos que nas escolas C, E, J, L e N, a totalidade dos alunos assumiu que não costuma comentar as mensagens publicadas, pelo que estas escolas fogem à média das escolas inquiridas.

Os professores responsáveis pelos blogues das bibliotecas das escolas C, J, L e N, em resposta a esta pergunta nos respetivos questionário, confirmam que os alunos não têm por hábito comentar as mensagens. No entanto, o responsável pelo blogue da escola E afirma o contrário dos alunos inquiridos da sua escola, isto é, que os alunos comentam as mensagens.

Na pergunta 8.1, “Porquê?”, aos alunos era perguntada a razão pela qual costumavam comentar as mensagens publicadas no blogue, ou a razão pela qual optavam por não o fazer consoante a resposta dada na pergunta anterior.

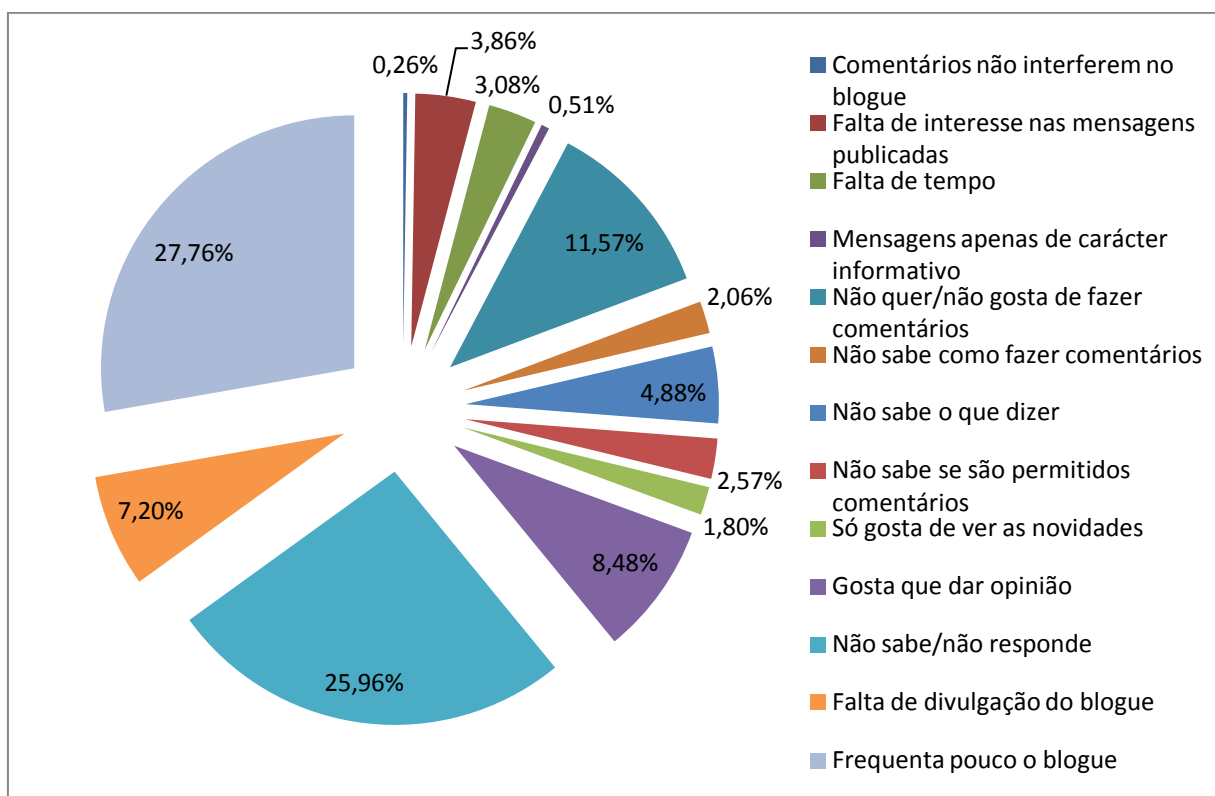


Gráfico 13 - Porque costumam/não costumam comentar as mensagens publicadas no blogue da tua BE?

A percentagem de 27,76% de alunos apresentou como razão para não comentar as mensagens publicadas no blogue, o facto de não frequentarem assiduamente o blogue. A segunda percentagem mais elevada, de 25,96% são alunos que não sabem ou não responderam à questão.

Os alunos que referiram não gostar ou não querer fazer comentários representam 11,57% dos inquiridos, um pouco superior ao conjunto de alunos que comenta as mensagens porque gosta de dar opinião (8,48%). Logo de seguida, com 7,20% estão os alunos que pensam que o blogue da biblioteca está pouco divulgado e por isso não comentam as mensagens.

A percentagem de 4,88% de alunos apresentou como razão para não comentar as mensagens publicadas o facto de não saber o que dizer, juntando-se a 3,86% dos alunos que refere não partilhar especial interesse pelas mensagens publicadas, fator que os leva a não comentarem.

Uma percentagem significativa, 3,08% dos alunos, refere não ter tempo para comentar as mensagens publicadas, seguido de 2,57% dos alunos que desconhecem se são permitidos comentários no blogue da biblioteca, bem como 2,06% dos alunos que desconhecem como fazer comentários às mensagens publicadas. Os alunos que apenas consultam o blogue para

ver as novidades e não pretendem comentar as mensagens publicadas representam 0,51% dos inquiridos. As duas percentagens menores são 0,26% de alunos que considera que no blogue da sua biblioteca as mensagens são apenas de carácter informativo e que não requerem comentários e 0,66% dos alunos que pensam que quaisquer comentários que fizessem não interfeririam no blogue.

Na pergunta número 9: “Os professores costumam responder às mensagens/comentários dos alunos?” surgiram os seguintes resultados:

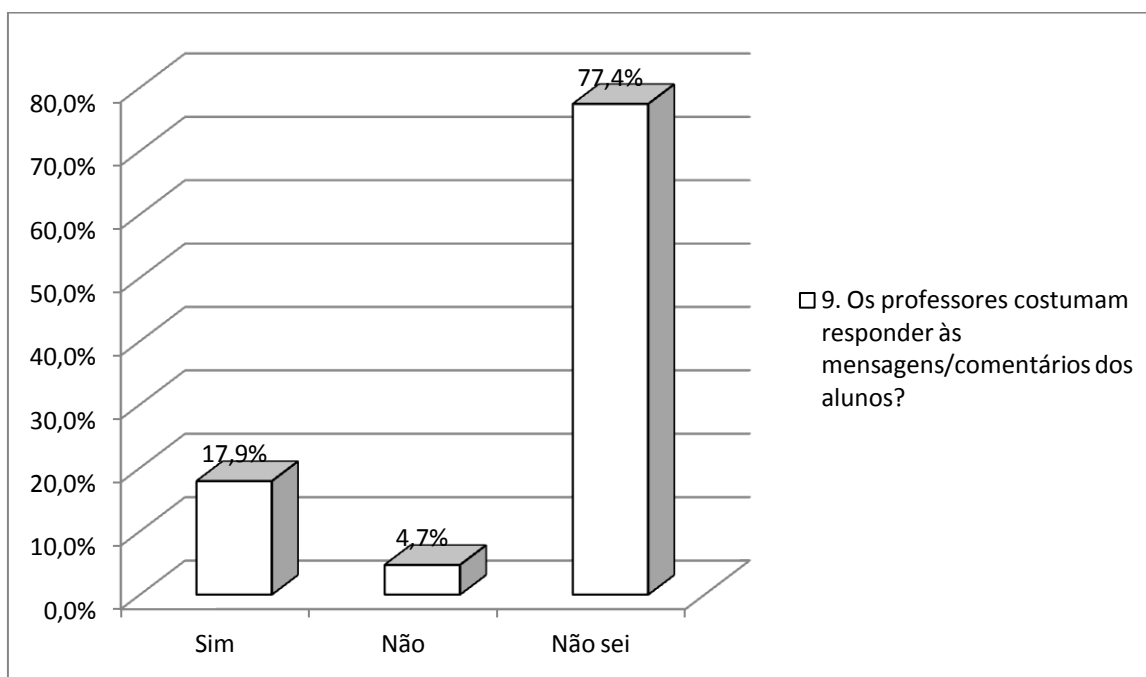


Gráfico 14 - Os professores costumam responder às mensagens/comentários dos alunos?

A maioria dos alunos inquiridos, 77,4%, referiu desconhecer se os professores costumam responder às mensagens e comentários dos alunos às publicações do blogue e apenas 17,9% revela pensar que os responsáveis respondem aos alunos. Há ainda 4,7% dos inquiridos que afirmam que os professores não respondem às mensagens.

Quando analisamos os resultados das escolas a nível individual, vemos que na escola B, a maioria dos alunos (43,3%) afirma que os responsáveis pelo blogue da sua Biblioteca Escolar costumam responder às mensagens ou comentários dos alunos e apenas 33,3% afirmam desconhecer o facto. Do questionário do professor responsável do blogue confirmamos que há a preocupação em responder aos comentários e mensagens dos alunos.

Na pergunta número 10, “Costumas dar sugestões de temas para publicar no blogue?”, pretendia-se perceber se os alunos têm a iniciativa de dar sugestões de assuntos que gostariam de ver abordados no blogue da sua Biblioteca Escolar.

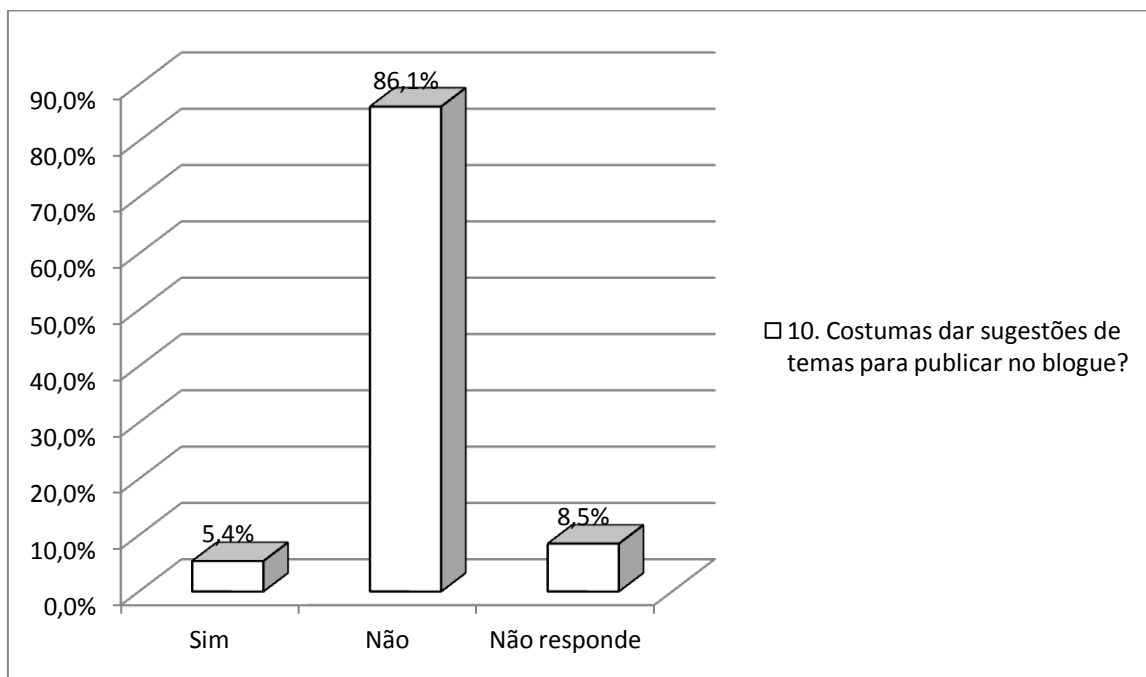


Gráfico 15 - Costumas dar sugestões de temas para publicar no blogue?

A percentagem de 86,1% dos alunos inquiridos referiu que não costuma dar sugestões de temas que gostasse de ver abordados no blogue da Biblioteca Escolar e apenas 5,4% contacta, de alguma forma, os responsáveis do blogue ou da biblioteca, fornecendo pistas de temas. Há ainda a percentagem de 8,5% de alunos que não respondeu à pergunta.

Da análise de cada escola individualmente, no que diz respeito a esta pergunta, percebemos que nas escolas A, C, D, E, G, J, L, N e O a totalidade dos alunos assume não ter o hábito de dar sugestões para publicação no blogue. É curioso referir que analisando os Questionários aos professores responsáveis pelo blogue de cada uma das escolas percebemos que no caso das escolas D, E, G e O, os professores afirmam que há alunos que habitualmente dão sugestões para o blogue. Já os responsáveis das escolas A, C, J, L e N confirmam os resultados retirados das respostas dos alunos.

A pergunta número 10.1 pretendia saber as razões pelas quais os alunos costumavam dar sugestões para o blogue da sua Biblioteca Escolar, ou as razões pelas quais optavam por não o fazer. Também nesta pergunta podemos refletir sobre a elevada percentagem de alunos que frequenta pouco o blogue (cerca de 16%), a percentagem de alunos que não sabe ou optou por não responder a esta questão (cerca de 51%), bem como as percentagens de

aproximadamente 3% de alunos que manifestaram ter pouco interesse no blogue e dos que acham que o blogue da respetiva biblioteca é pouco divulgado. Passemos então à apresentação das restantes respostas.

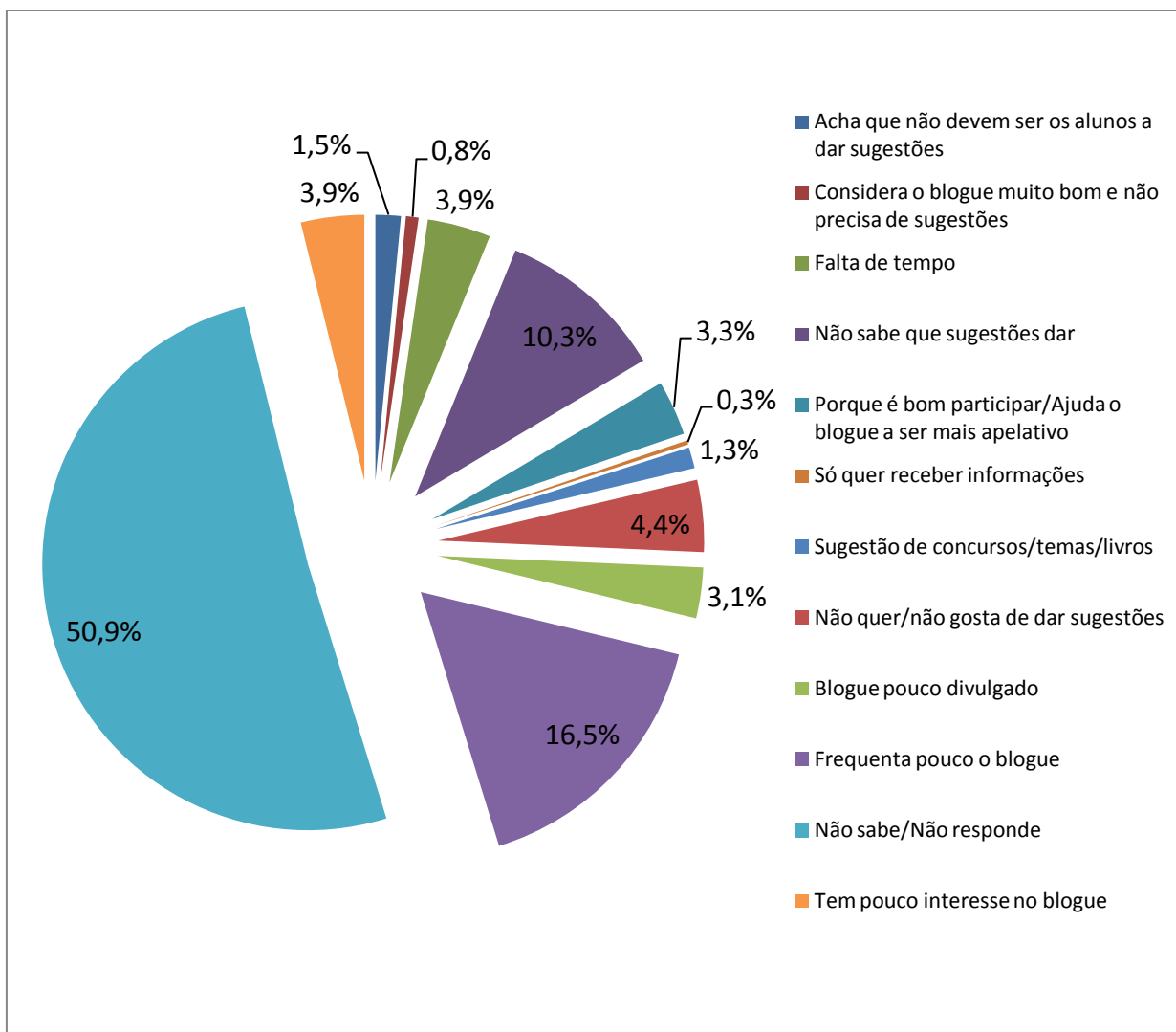


Gráfico 16 - Porquê é que costumas/não costumas dar sugestões de temas para publicar no blogue?

A maioria de alunos inquiridos, 50,9%, não sabe a razão pela qual não costuma dar sugestões de temas para publicar no blogue da Biblioteca Escolar, ou simplesmente, resolveu não responder. A percentagem seguinte, ainda significativa, de 16,5%, representa os alunos que não frequentam assiduamente o blogue. Cerca de 10% dos alunos referiu não saber que sugestões dar. Com percentagens muito próximas surgiram alunos que não querem ou não gostam de dar sugestões (4,4%); alunos que demonstram pouco interesse no blogue e falta de tempo, com 3,9% *ex aequo*; alunos que consideram que é bom participar e dar sugestões pode ajudar o blogue a ser mais apelativo (3,3%), alunos que revelam não dar sugestões pois consideram que o blogue é pouco divulgado (3,1%). As percentagens seguintes a mencionar

são alunos que acham que não lhes compete dar sugestões (1,5%) e alunos que apresentaram sugestões de concursos, temas e/ou livros (1,3%). As percentagens menos valorativas referem-se a alunos que consideram o blogue muito bom e que como tal não sentem necessidade de sugerir temas (0,8%) e alunos que apenas pretendem receber informações (0,3%).

Na questão número 11 era perguntado aos alunos como tomaram conhecimento do blogue da biblioteca. Os resultados indicam que a própria biblioteca, seja através de publicidade na mesma, seja através dos seus responsáveis docentes e não docentes, são a melhor fonte de divulgação.

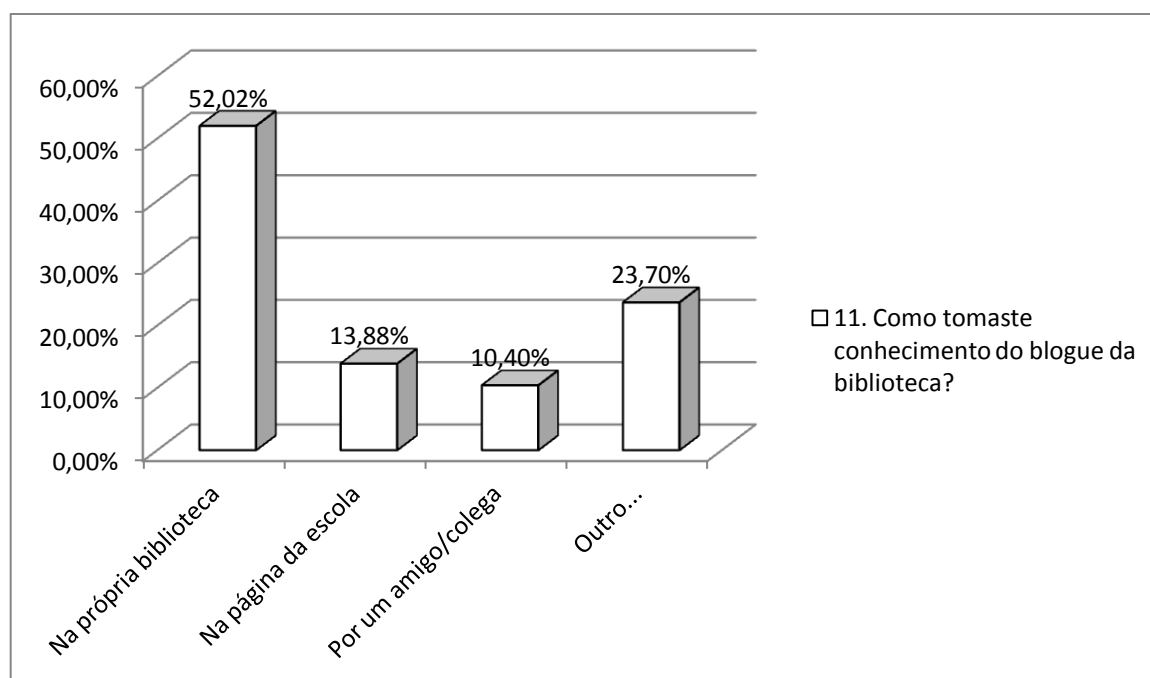


Gráfico 17 - Como tomaste conhecimento do blogue da biblioteca?

Dos resultados da análise do gráfico salienta-se que a maior percentagem, 52,02% dos inquiridos, revela ter tido conhecimento do blogue na própria biblioteca, 13,88% dos alunos referem que foi através da página da escola que tomaram conhecimento da existência do blogue e 10,40% através de amigos/colegas. A percentagem de 23,70% é indicativa do número de alunos que referiu “outro”. Na pergunta 11.1 tentámos perceber a origem da resposta “outro” e os resultados obtidos foram os seguintes:

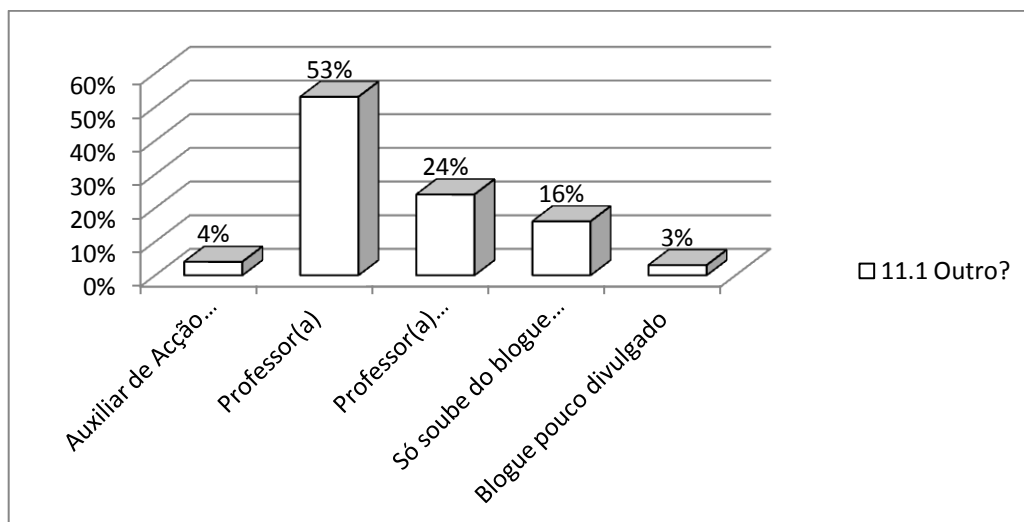


Gráfico 18 - Outro?

Nesta pergunta pretendia-se saber quem era o “outro” meio de conhecimento do blogue da Biblioteca Escolar. A maior percentagem refere-se a alunos que conheceram o blogue através de professores, 53%, seguido de 23% de alunos inquiridos que referiu ter tomado nota do blogue através do contacto com o/a Professor(a) bibliotecário(a). Uma percentagem significativa, 16% dos alunos referiu que apenas teve conhecimento do blogue através do questionário, 4% dos alunos referiu que os veículos de conhecimento do blogue foram assistentes operacionais e não podemos esquecer 3% dos alunos que consideram que o blogue da biblioteca está pouco divulgado.

No que diz respeito à pergunta 12, “Com que frequência consultas o blogue da biblioteca?”, os resultados foram os seguintes:

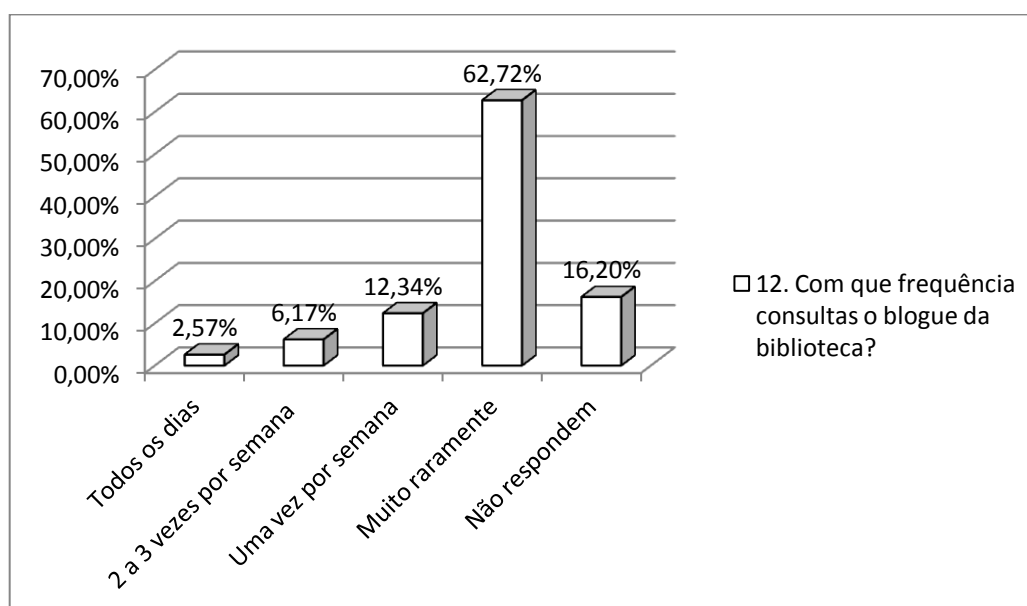


Gráfico 19 - Com que frequência consultas o blogue da biblioteca?

A maioria dos alunos, cerca de 63%, referiu que muito raramente frequenta o blogue, seguido, a uma distância considerável, pelos 12,34% dos que frequentam o blogue da biblioteca uma vez por semana. Cerca de 6% dos alunos frequenta o blogue apenas duas ou três vezes por semana e uma minoria de 2,57% frequenta o blogue todos os dias. Há ainda a referir a percentagem de 16,20% de alunos que não responderam à questão.

Abordando os resultados das escolas individualmente, vemos que a escola B foge, de algum modo, aos resultados gerais em relação a esta pergunta, pois 36,7% dos alunos inquiridos afirma consultar o blogue da sua Biblioteca Escolar duas a três vezes por semana.

Uma vez que a resposta mais usada nos resultados gerais das escolas foi “muito raramente”, em seguida, na pergunta 12.1, abordamos as razões apresentadas para a pouca consulta do blogue da Biblioteca Escolar.

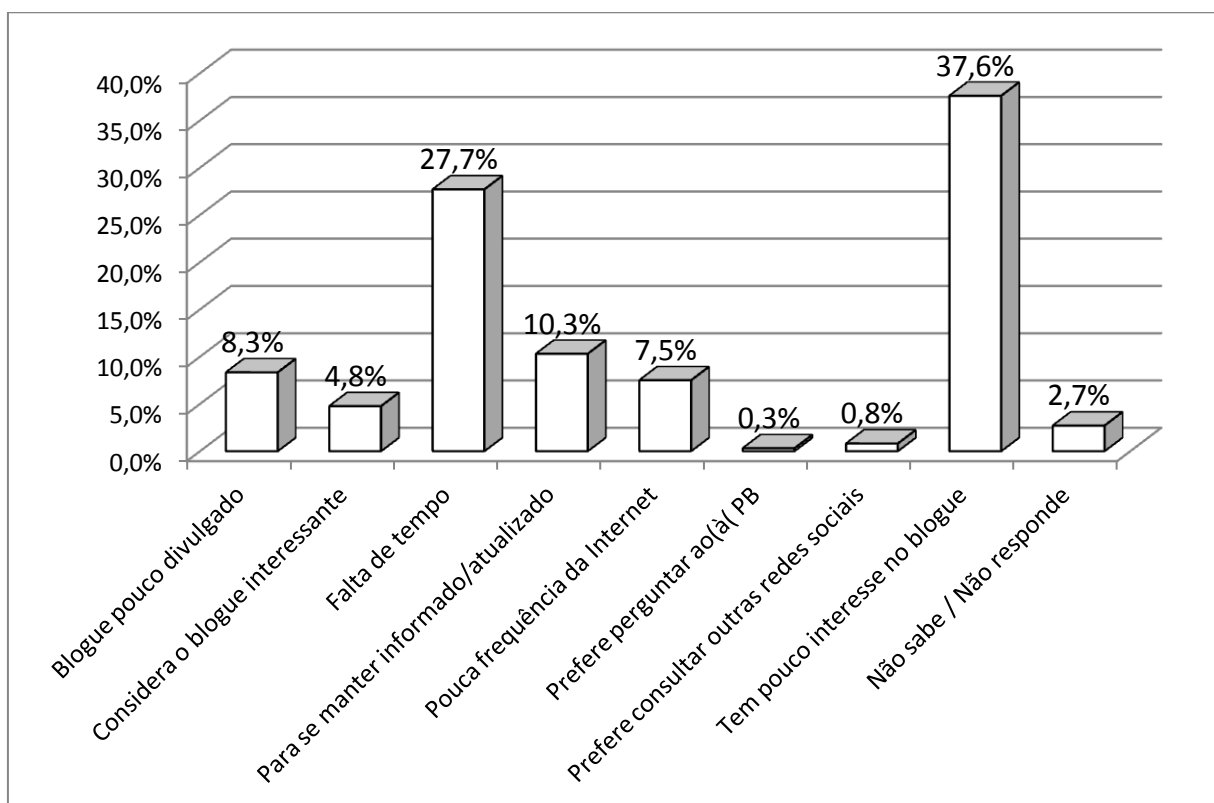


Gráfico 20 - Razões da frequência/não frequência do blogue

A maioria dos alunos inquiridos apresentou como razões para a não frequência do blogue, respondida na pergunta anterior: ter pouco interesse no blogue (37,6%); falta de tempo (27,7%); consideram que o blogue se encontra pouco divulgado (8,3%); pouca frequência da Internet (7,5%), preferem consultar outras redes sociais (0,8%) e alunos que se dirigem aos responsáveis do blogue quando querem saber as novidades, em particular os

professores bibliotecários (0,3%). Neste conjunto de respostas há ainda a destacar a percentagem de alunos que frequentam o blogue porque pretendem manter-se atualizados (10,3%) e os alunos que consideram o blogue interessante (4,8%).

A pergunta número 13, “Onde consultas o blogue da biblioteca?” tinha a particularidade de permitir aos inquiridos assinalarem mais do que uma resposta, pois era fácil imaginar à partida que quem tem hábitos de acesso à *Internet* em geral e ao blogue da Biblioteca Escolar em particular, pudesse frequentar o referido blogue em mais do que um local.

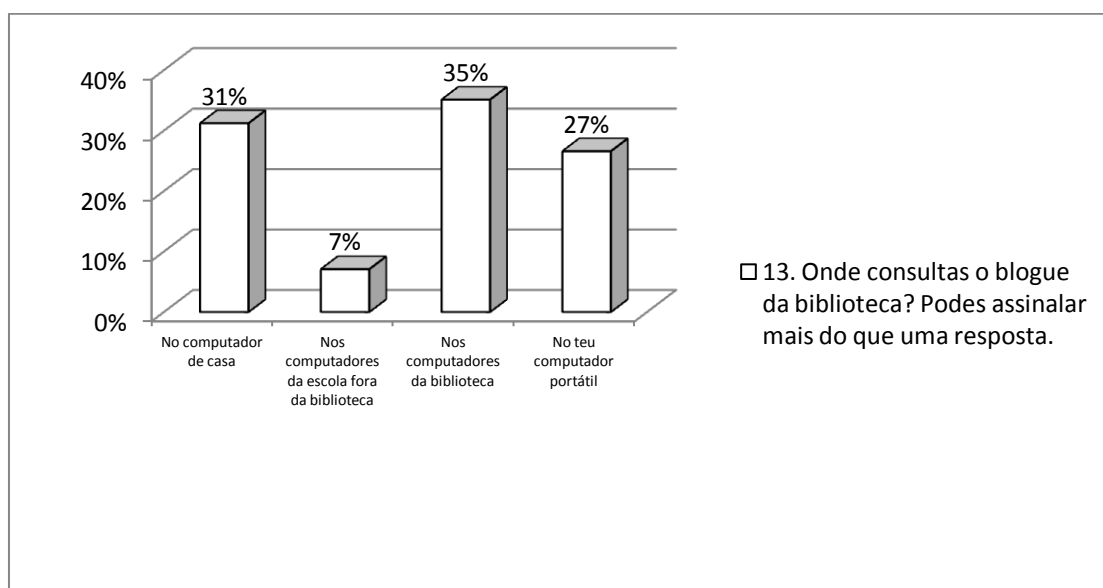


Gráfico 21 - Onde consultas o blogue da biblioteca?

Os resultados levam-nos a concluir que os locais primordiais para a consulta do blogue da biblioteca são as próprias bibliotecas (35%), os computadores fixos dos alunos (31%) e portáteis (27%). A resposta menos assinalada foi a dos alunos que referiram consultar o blogue da biblioteca nos computadores da escola (7%).

A pergunta 14, “Em tua opinião, o blogue da biblioteca está sobretudo dirigido a: alunos ou professores?”, obteve os seguintes resultados:

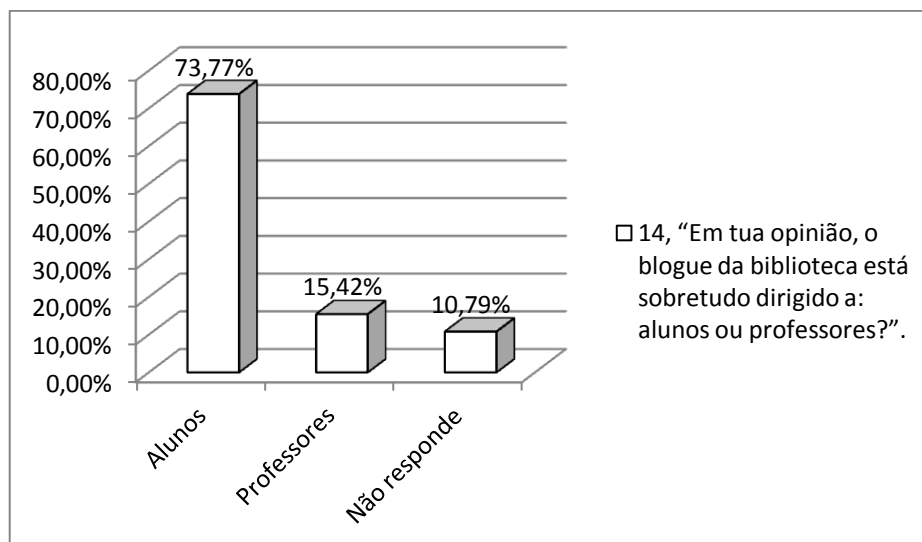


Gráfico 22 - Em tua opinião, o blogue da biblioteca está sobretudo dirigido a: alunos ou professores?

Aproximadamente 74% dos alunos inquiridos pensa que o blogue da sua Biblioteca Escolar está dirigido a alunos, contra os cerca de 15% que assumem pensar que o público-alvo é o conjunto de professores da escola. Há ainda 10,79% de inquiridos que não responderam à questão.

Na análise dos resultados da pergunta 15, “Já alguma vez requisitaste ou consultaste um livro pelo facto de o teres visto divulgado no blogue?”, o papel do blogue enquanto elemento difusor de sugestões de leitura fica, de algum modo, comprometido, pois a maioria dos alunos confessa não ter tido esse despoletar de vontade por ter visto alguma sugestão no seu blogue.

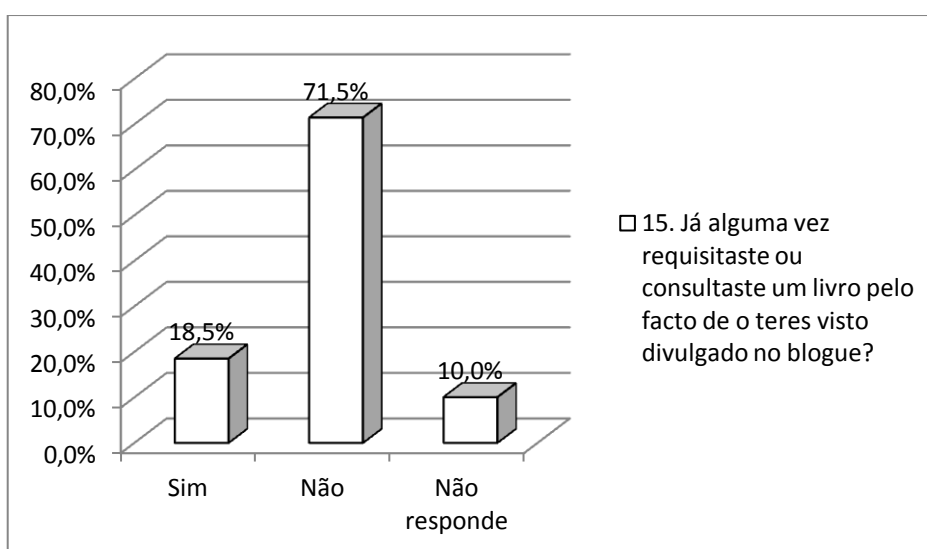


Gráfico 23 - Já alguma vez requisitaste ou consultaste um livro pelo facto de o teres visto divulgado no blogue?

A percentagem de alunos que assumiram não ter tido o impulso de requisitar ou consultar um livro pelo facto de o ter visto divulgado no blogue atingiu 71,5%. Uma minoria de 18,5% de alunos já requisitou ou consultou na biblioteca um documento publicitado no blogue. Há ainda a percentagem de 10% de alunos que não responderam à questão.

Analisando os resultados desta pergunta, escola a escola, podemos acrescentar que nas escolas C, G, J, L e M, a percentagem de alunos que respondeu que nunca requisitou um livro pelo facto de o ter visto divulgado no blogue foi de 100%. Contudo, na escola I, a maioria das respostas (57,1%) aponta para alunos que sentiram o impulso de requisitar ou consultar um livro após a sua divulgação no blogue da Biblioteca Escolar.

Com a pergunta número 16 do questionário aos alunos pretendia-se aferir se uma qualquer visualização de uma mensagem no blogue já tinha despoletado uma ida à Biblioteca Escolar.

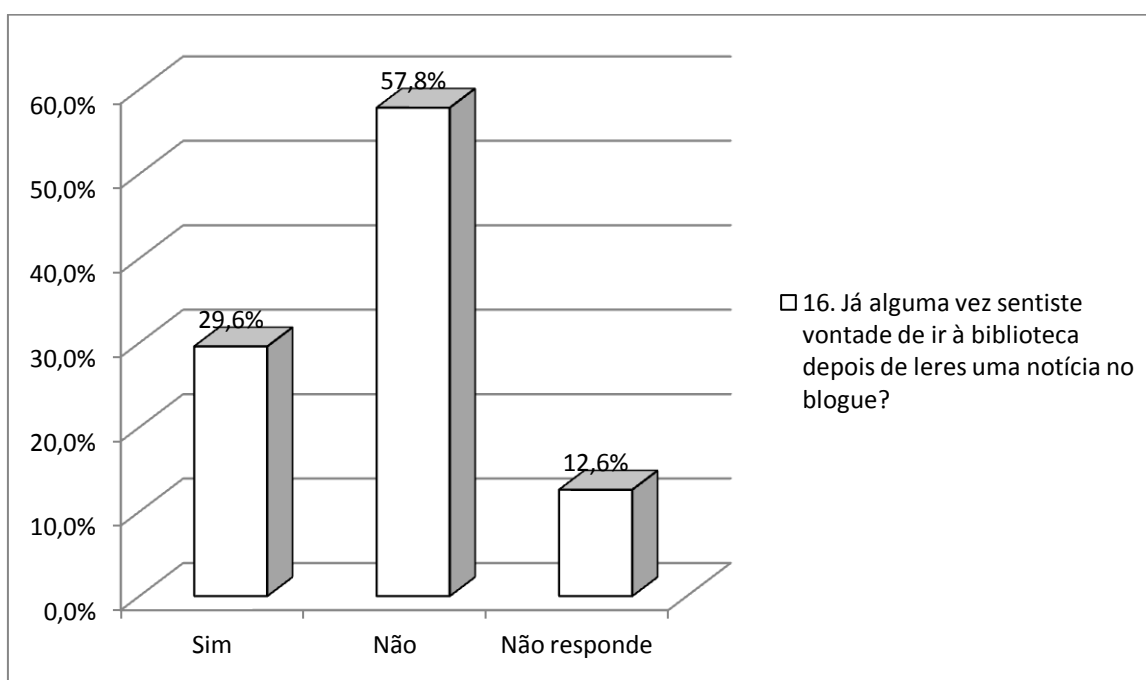


Gráfico 24 - Já alguma vez sentiste vontade de ir à biblioteca depois de leres uma notícia no blogue?

Os alunos que declararam ter tido vontade de ir à biblioteca depois de terem lido uma notícia no blogue da biblioteca representam a minoria (29,6%). A maioria (57,8%) dos alunos assumiu que não teve esse impulso. É de referir ainda 12,6% de alunos que não respondeu à questão.

Contrariando os resultados gerais, as escolas B, D e I apontam para maiorias de respostas de alunos que afirmam ter sentido vontade de ir à biblioteca depois de terem lido

uma das publicações do blogue, nas seguintes percentagens respetivamente: 70%, 54,1% e 54,5%.

As percentagens da escola C nesta pergunta também foram alvo de destaque, pois nenhum dos alunos referiu ter sentido o impulso de ir à biblioteca depois da visualização de notícias no blogue da sua Biblioteca Escolar.

Tornou-se também curiosa a divisão das percentagens na escola K, pois os resultados apontam para a mesma percentagem de alunos que foram à biblioteca depois de verem o blogue e de alunos que não sentiram esse desejo.

Na pergunta 17, "Já tomaste conhecimento, através do blogue, de alguma atividade realizada pela/na biblioteca?", as respostas dos alunos espelham os seguintes resultados:

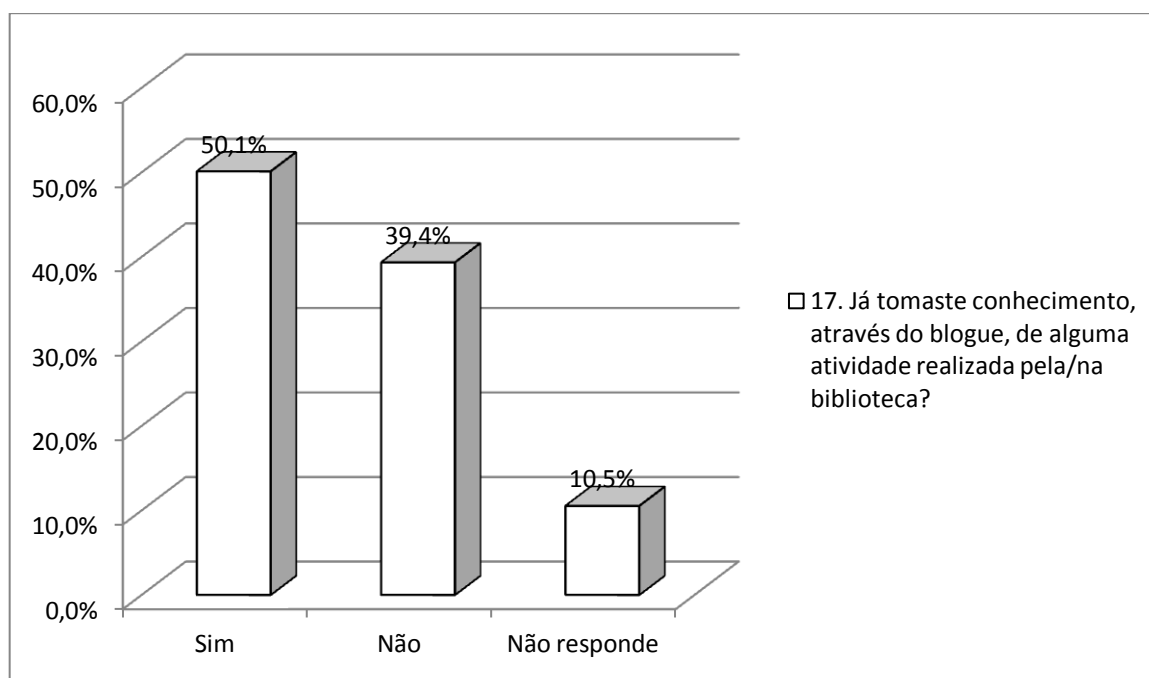


Gráfico 25 - Já tomaste conhecimento, através do blogue, de alguma atividade realizada pela/na biblioteca?

Nesta pergunta, a maioria dos alunos (50,1%) assumiu ter tido conhecimento de atividades realizadas pela/na biblioteca através do blogue e apenas 39,4% dos alunos inquiridos diz não ter tido essa experiência. Há ainda 10,5% de alunos que não responderam à questão.

Analisando esta pergunta por escola verificamos alguns resultados interessantes, nomeadamente nas escolas A, E, G, M e N em que a maioria das respostas aponta para alunos que responderam não ter tido conhecimento de atividades realizadas pela Biblioteca Escolar, através do blogue, nas seguintes percentagens: 65%, 66,6%, 65,7%, 66,6% e 69,6% respetivamente.

As percentagens da escola C também foram curiosas, uma vez que todas as respostas dos alunos confirmam a tendência geral das respostas de todas as escolas, isto é todos os alunos afirmam que tomaram conhecimento de atividades dinamizadas pela Biblioteca Escolar através do blogue.

Na escola O as percentagens dividiram-se de forma equitativa, 50% para cada lado.

Na pergunta número 18, "Achas que passaste a utilizar mais a biblioteca depois de esta ter um blogue?", os resultados foram os seguintes:

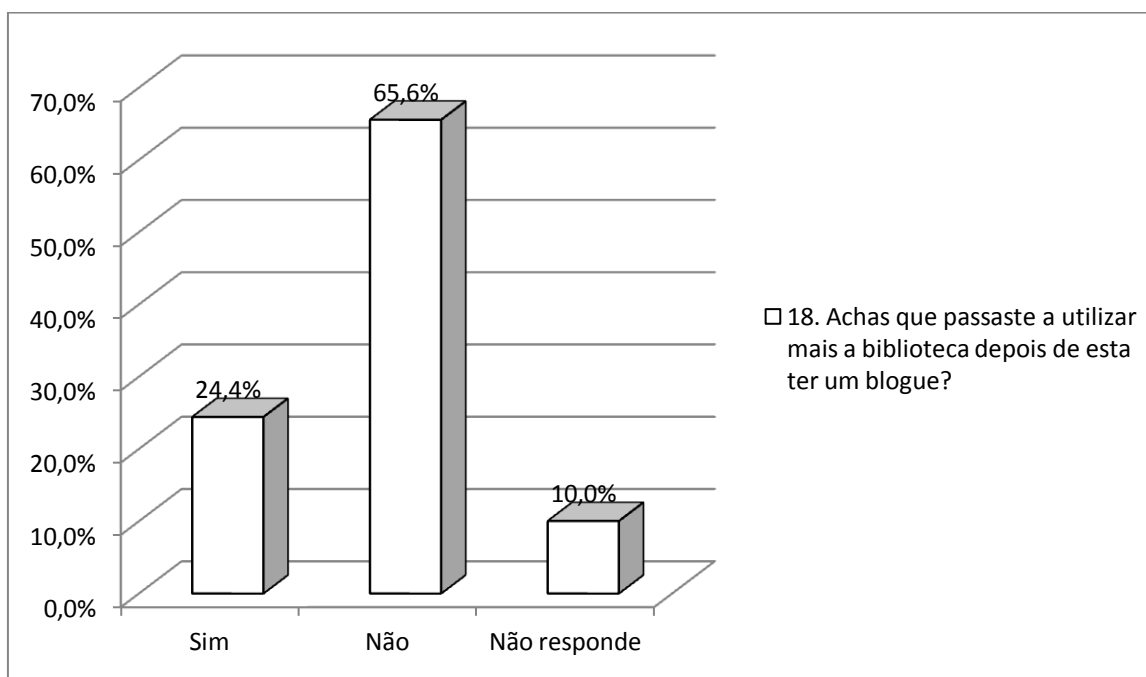


Gráfico 26 - Achas que passaste a utilizar mais a biblioteca depois de esta ter um blogue?

A resposta "não" obteve 65,6% das respostas e apenas 24,4% das respostas indicam que alguns alunos passaram a frequentar mais assiduamente a biblioteca depois de esta ter um blogue. Há ainda a referir 10% de alunos inquiridos que não responderam à questão.

As seguintes escolas tiveram uma maioria de respostas de alunos que pensam que o blogue da Biblioteca Escolar foi uma mais-valia para uma utilização da mesma mais regularmente: escola C (61,1%), escola D (63,5%) e escola I (52,4%)

As percentagens de alunos das escolas E, L e N não poderiam ser mais esclarecedoras e não podiam confirmar mais a tendência geral de todas as escolas nesta pergunta, pois a totalidade das respostas apontam para alunos que não sentem que o blogue tenha contribuído para uma presença mais assídua na Biblioteca Escolar.

A pergunta 19 do questionário aos alunos visava saber a sua opinião concreta sobre o blogue.

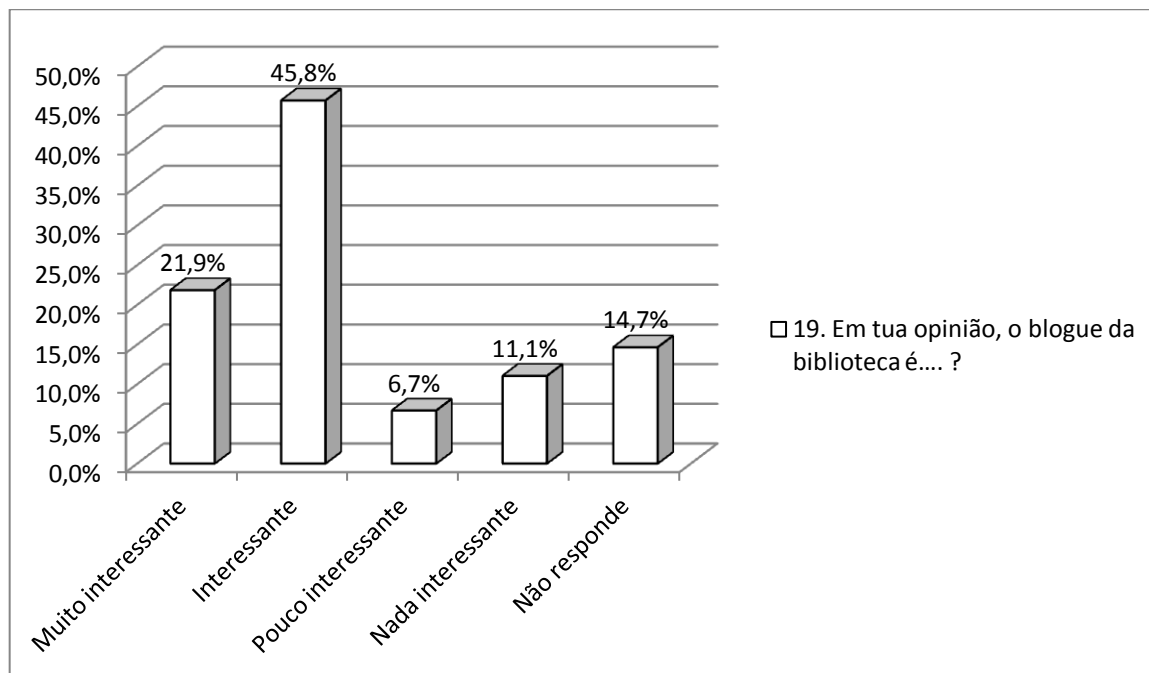


Gráfico 27 - Em tua opinião, o blogue da biblioteca é.... ?

As respostas com opiniões positivas em relação ao blogue, obtiveram as maiores percentagens em conjunto: "interessante" com 45,8% e "muito interessante" com 21,0%. Das respostas mais negativas em relação ao blogue a mais escolhida pelos alunos inquiridos foi "nada interessante" com 11,1%, seguida de "pouco interessante" com 6,7%. Há ainda a salientar que 14,7% dos alunos inquiridos não respondeu à questão.

Analisando os resultados das escolas individualmente no que concerne a esta pergunta, nota-se que as seguintes escolas têm resultados um pouco diferentes da tendência geral das escolas estudadas. Na escola A, a maioria dos alunos (50%) refere que o blogue da sua Biblioteca Escolar é “muito interessante”. O mesmo se passa na escola B, mas com a percentagem maioritária de 51,7% e na escola I, com a percentagem de 61,9%

A escola E, pelo contrário, tem uma maioria de alunos (40,7%) que considera o blogue “nada interessante” e 37% de alunos que afina pela tendência geral de todas as escolas estudadas afirmando que o blogue é “interessante”.

A questão número 20 aprofundava um pouco mais a opinião dos alunos sobre o blogue e o que dele era esperado.

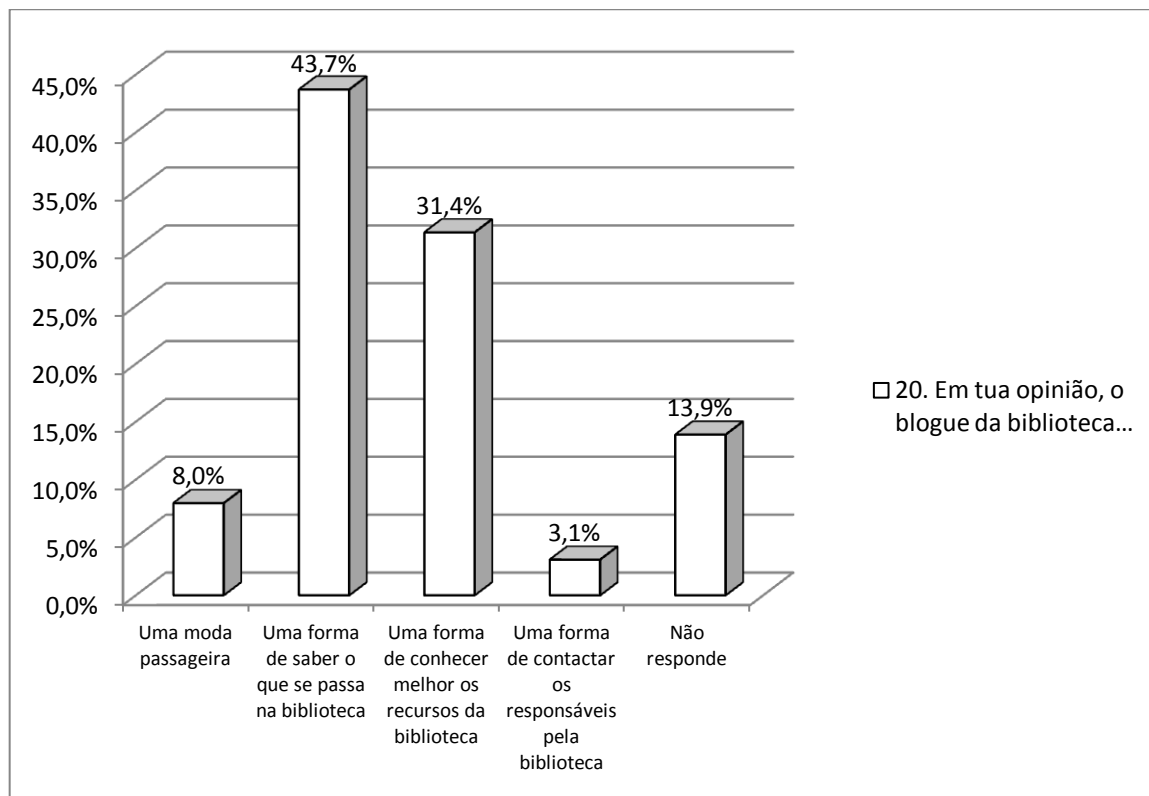


Gráfico 28 - Em tua opinião, o blogue da biblioteca é ?

Das respostas dos alunos, pode entender-se que o blogue tem muito potencial informativo, sendo que das quatro opções, 43,7% das respostas recaíram na escolha: “uma forma de saber o que se passa na biblioteca”. Corroborando esta tendência, a segunda resposta mais votada (31,4%) foi que o blogue surge como “uma forma de conhecer melhor os recursos da biblioteca”. As duas respostas menos usadas pelos alunos inquiridos nesta pergunta foram “uma moda passageira” com 8% e “uma forma de contactar os responsáveis da biblioteca” com 3,1%. Há ainda a salientar 13,9% de alunos que não responderam a esta questão.

Quando analisamos as respostas das escolas de forma individualizada vemos que algumas escolas apresentam resultados que, de algum modo, contrariam a tendência global dos resultados gerais.

Nos resultados da escola C, a maioria das respostas (45,4%) considera que o blogue é “uma moda passageira”, enquanto na escola G a maioria dos alunos (50%) aponta para a categoria “uma forma de conhecer melhor os recursos da biblioteca”. A mais escolhida pela

escola G foi também a mais escolhida na escola L com a percentagem de 66,6%, na escola N com a percentagem de 68,4% e na escola O também com 50%.

O grupo número 21 do questionário aos alunos continha cinco afirmações sobre os contributos possíveis do blogue da Biblioteca Escolar, sendo que as respostas seriam a sua concordância ou discordância.

Assim, neste grupo, a primeira afirmação, 21.1, referia que “o blogue da biblioteca contribui para aumentar o número de livros que os alunos leem.”.

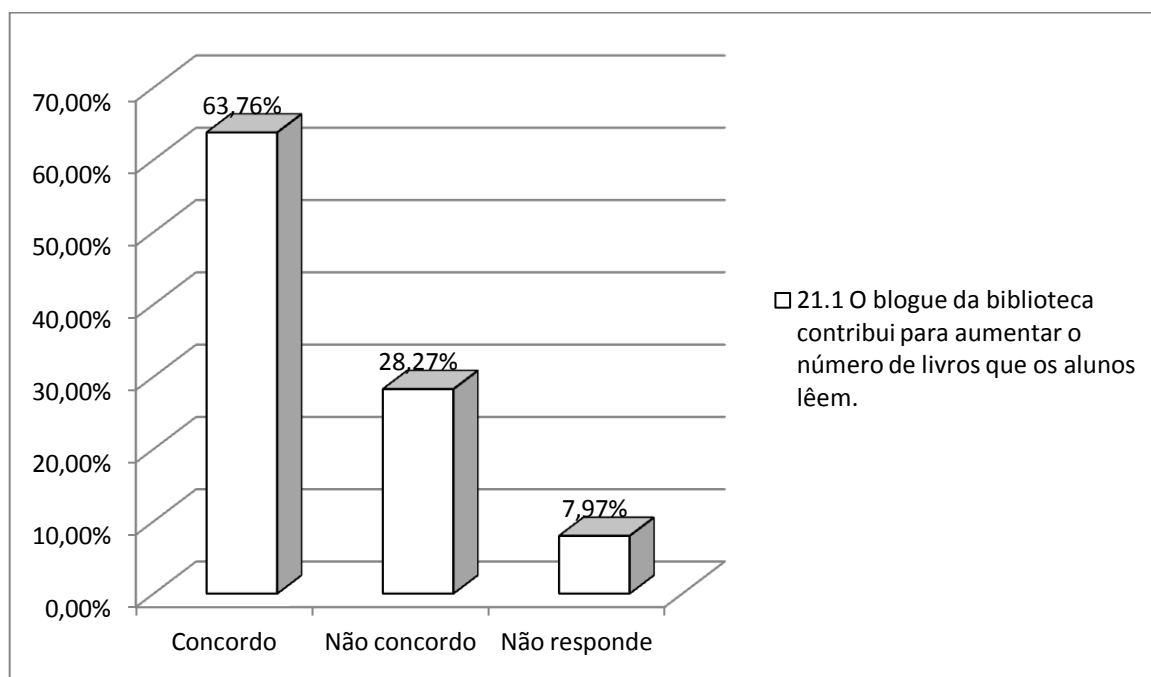


Gráfico 29 - O blogue da biblioteca contribui para aumentar o número de livros que os alunos leem.

A análise das respostas reflete a concordância de cerca de 63,76% e a discordância de 28,27% dos alunos inquiridos. A percentagem de alunos que não responderam atingiu os 7,97%.

Os resultados da escola E, de forma individual, contrariam a tendência geral, uma vez que a maioria dos alunos (56,7%) não concorda com a afirmação supracitada.

O segundo ponto deste grupo, “21.2 O blogue da biblioteca contribui para aumentar o número de utilizadores da biblioteca”, obteve os seguintes resultados:

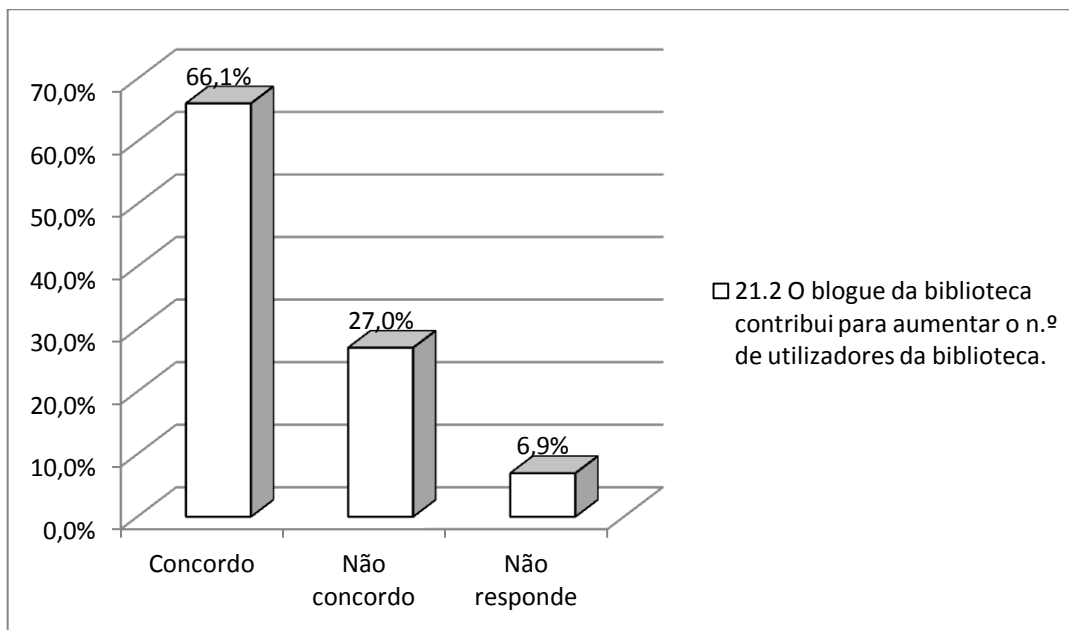


Gráfico 30 - O blogue da biblioteca contribui para aumentar o n.º de utilizadores da biblioteca.

Aqui, os resultados apontam para uma concordância de 66,1% dos respondentes e uma discordância que ronda os 27%. Há ainda a considerar cerca de 7% de alunos que não responderam à questão.

O terceiro ponto deste grupo, “21.3 O blogue da biblioteca contribui para aumentar a participação dos alunos nas atividades da biblioteca”, obteve os seguintes resultados:

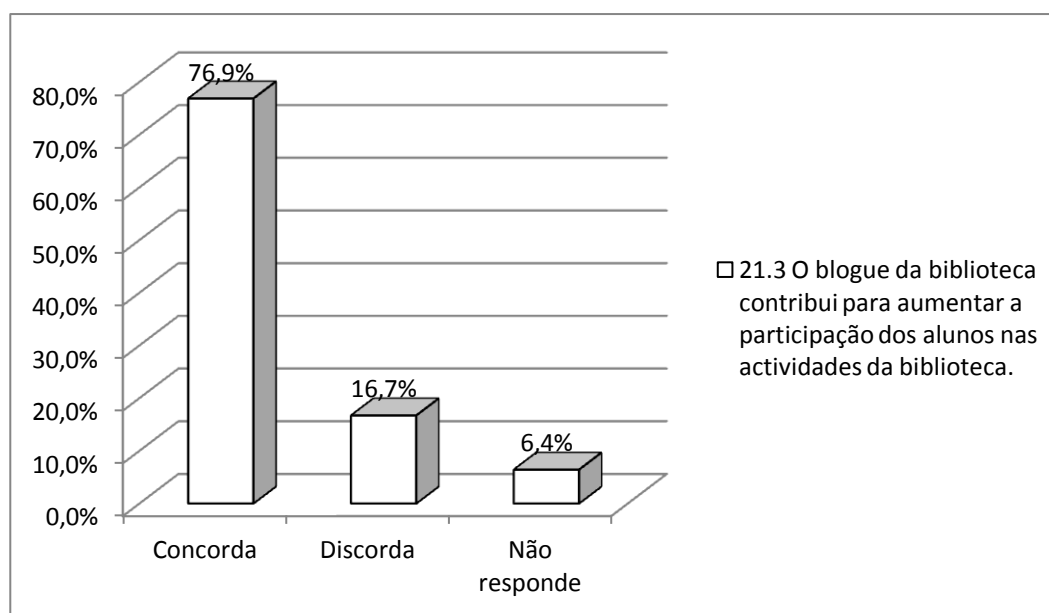


Gráfico 31 - O blogue da biblioteca contribui para aumentar a participação dos alunos

A esmagadora maioria de alunos (76,9%) concorda que o blogue tem o potencial de ampliar as participações dos discentes nas atividades propostas pelas respetivas bibliotecas escolares, discordando apenas a percentagem de 16,7% dos alunos inquiridos. Houve ainda 6,4% dos alunos que não responderam à questão.

No ponto 21.4, “O blogue da biblioteca contribui para aumentar o sucesso educativo dos alunos”, os resultados foram os seguintes:

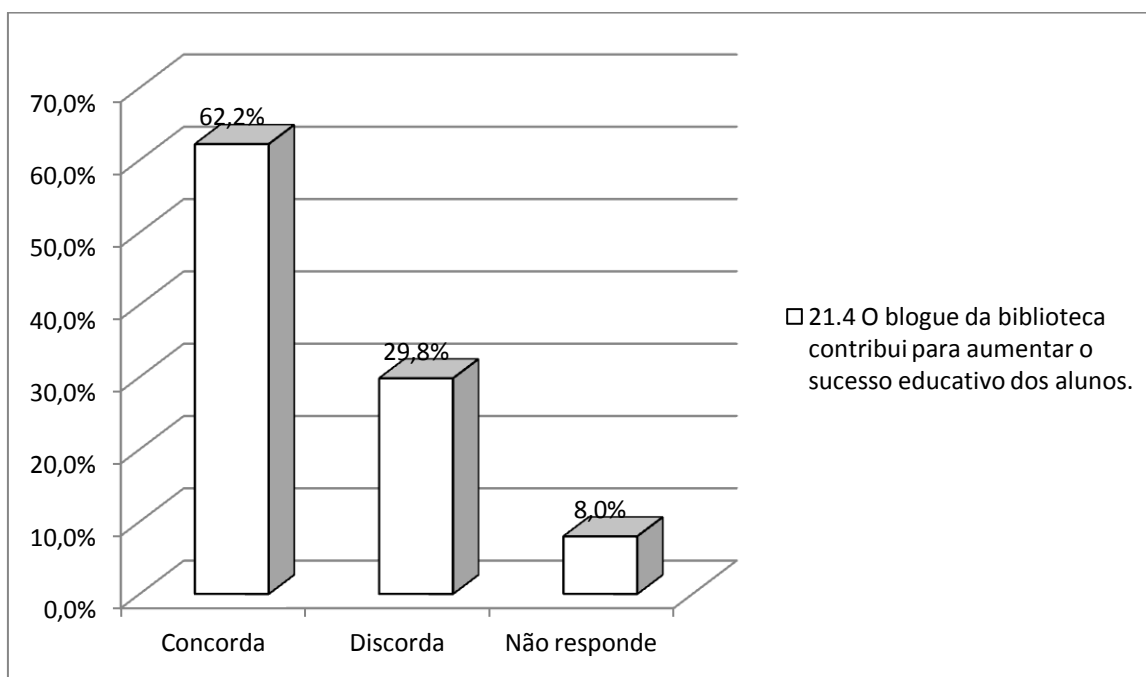


Gráfico 32 - O blogue da biblioteca contribui para aumentar o sucesso educativo dos alunos.

Nesta pergunta a concordância dos alunos atingiu a percentagem de 62,2% e a discordância, 29,8%. A percentagem de alunos que não respondeu à questão foi de 8%. Contudo, ao analisarmos as percentagens das escolas de forma individualizada, vemos que as maiorias das seguintes escolas contrariam a tendência generalizada dos resultados globais: na escola E são 66,7% que discorda que o blogue contribui para aumentar o sucesso educativo dos alunos, exatamente a mesma percentagem que na escola L e ainda na escola M onde a percentagem atinge o valor de 55,6%.

O último ponto deste grupo, “21.5 O blogue da biblioteca contribui para melhorar a comunicação da biblioteca com os seus utilizadores”, obteve os seguintes resultados:

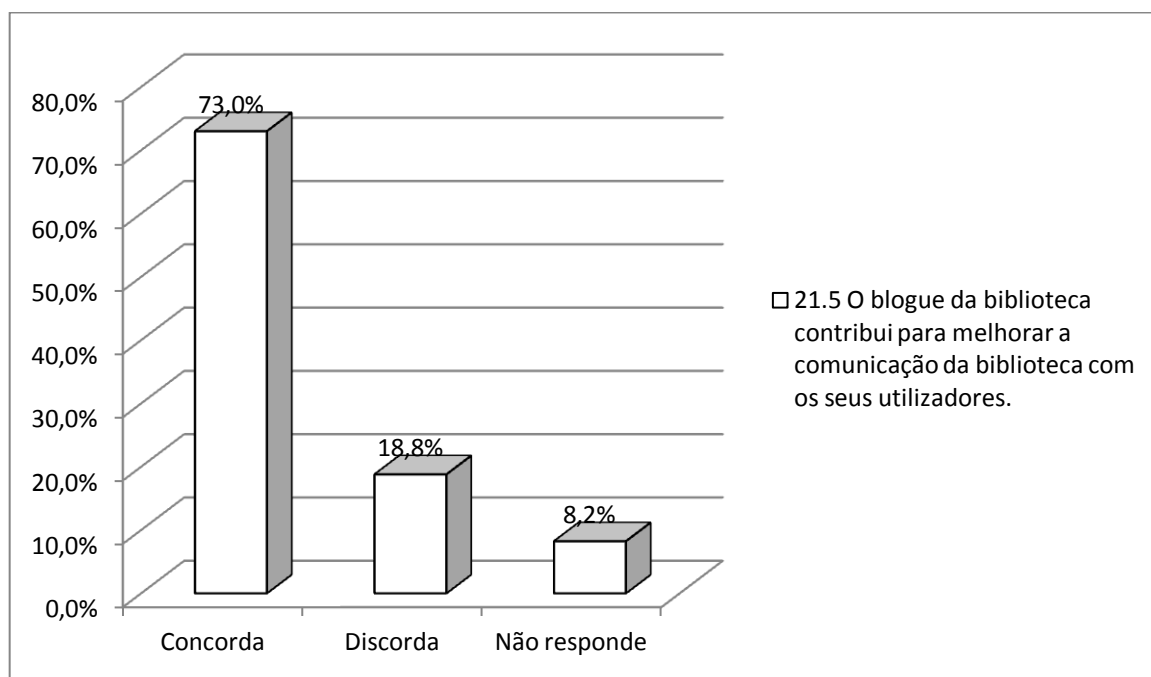


Gráfico 33 -O blogue da biblioteca contribui para melhorar a comunicação da biblioteca com os seus utilizadores.

Mais uma vez a concordância dos alunos atingiu valores elevados, que neste caso se traduziram numa percentagem de 73% e a discordância atingiu a percentagem de 18,8%. 8,2% dos alunos inquiridos não respondeu à questão.

3.1.2 Questionários aos professores Bibliotecários

Em seguida, debruçar-nos-emos sobre os dados recolhidos através da análise dos questionários distribuídos aos professores bibliotecários ou membros da equipa responsáveis pelos quinze blogues do distrito de Lisboa com mais mensagens entre o espaço de tempo que vai de janeiro de 2010 a março de 2011.

Como no questionário aos alunos anteriormente analisado, a primeira parte do questionário a professores bibliotecários ou membros da equipa é a caracterização dos inquiridos.

A primeira pergunta da secção da caracterização era sobre o sexo dos inquiridos, com os seguintes resultados:

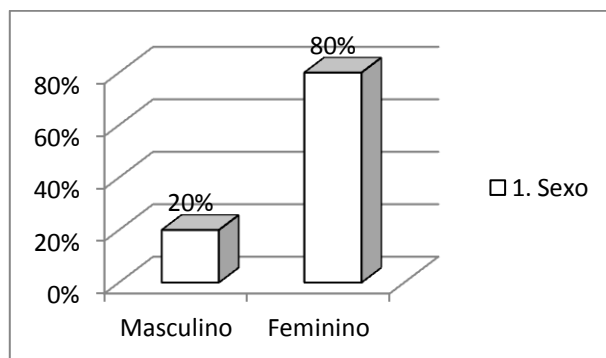


Gráfico 34 - Sexo

Dos professores responsáveis pelos quinze blogues 80% dos inquiridos são do sexo feminino e apenas 20% são indivíduos do sexo masculino.

A segunda pergunta pretendia saber as idades dos professores responsáveis pelos blogues.

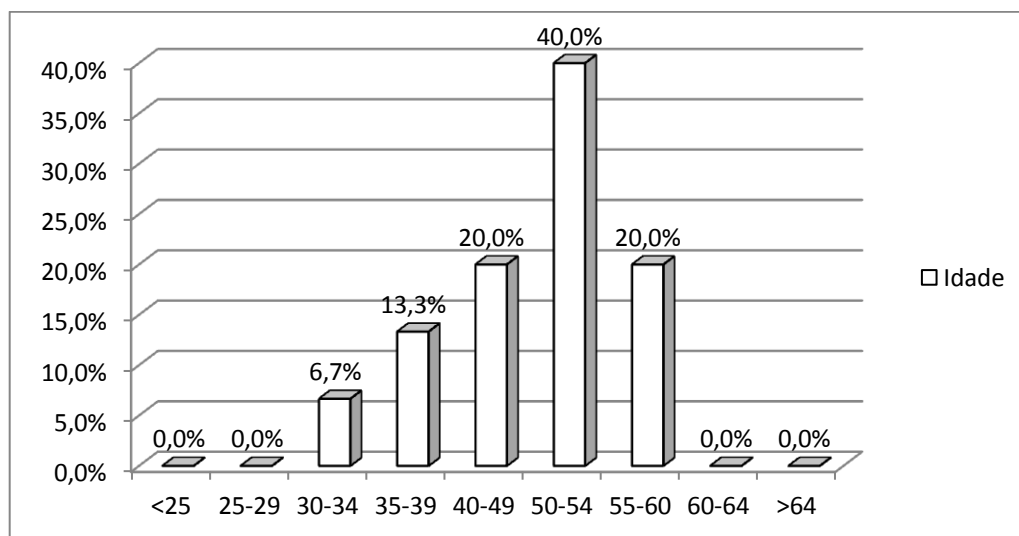


Gráfico 35 - Idade

Dos dados recolhidos, visualizamos que o intervalo de idade que representa a maior fatia dos responsáveis pelos blogues é de 50-54 com a percentagem de 40%, os segundos maiores intervalos de idade, em *ex aequo* foram os intervalos entre 40-49 e 55-50 ambos com 20%, seguidos do intervalo entre os 35-39, com 13,3%. O último intervalo de idade representado neste gráfico é o de 30-34. Houve ainda intervalos que não representam a idade de quaisquer dos inquiridos, nomeadamente, os intervalos de professores com menos de 25 anos, entre 25 e 29 anos de idade e os intervalos entre 60-64 e professores maiores de 64 anos.

Os resultados que apresentaremos em seguida representam as habilitações dos responsáveis dos blogues.

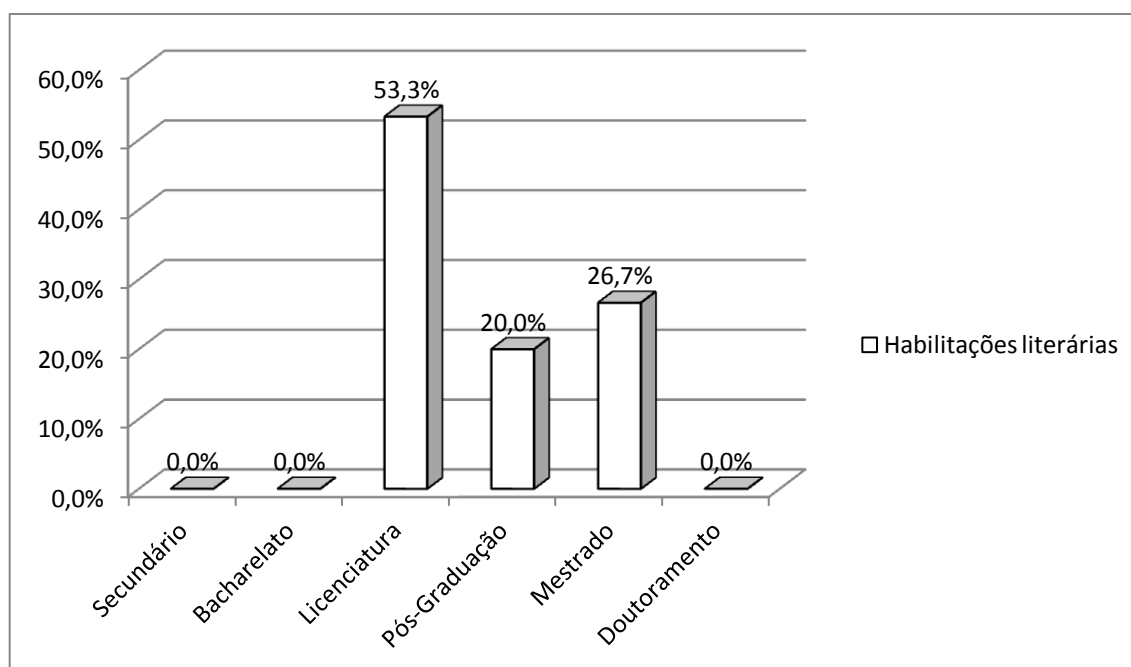


Gráfico 36 - Habilitações literárias

No que diz respeito às habilitações dos professores responsáveis, o grupo de professores com licenciatura atinge a percentagem de 53,3%, os professores com mestrado representam 26,7% e o grupo com pós-graduação representa 20%. Tal como na pergunta anterior, houve alguns itens que não representam nenhum dos inquiridos, nomeadamente as habilitações literárias relativas aos professores apenas com o ensino secundário, com o bacharelato, ou com doutoramento.

Terminada a parte da caracterização dos respondentes, passaremos a apresentar os dados relativos às opiniões dos professores responsáveis pelos blogues estudados.

A pergunta número 1, “Há quanto tempo foi criado o blogue da biblioteca?”, obteve os seguintes resultados:

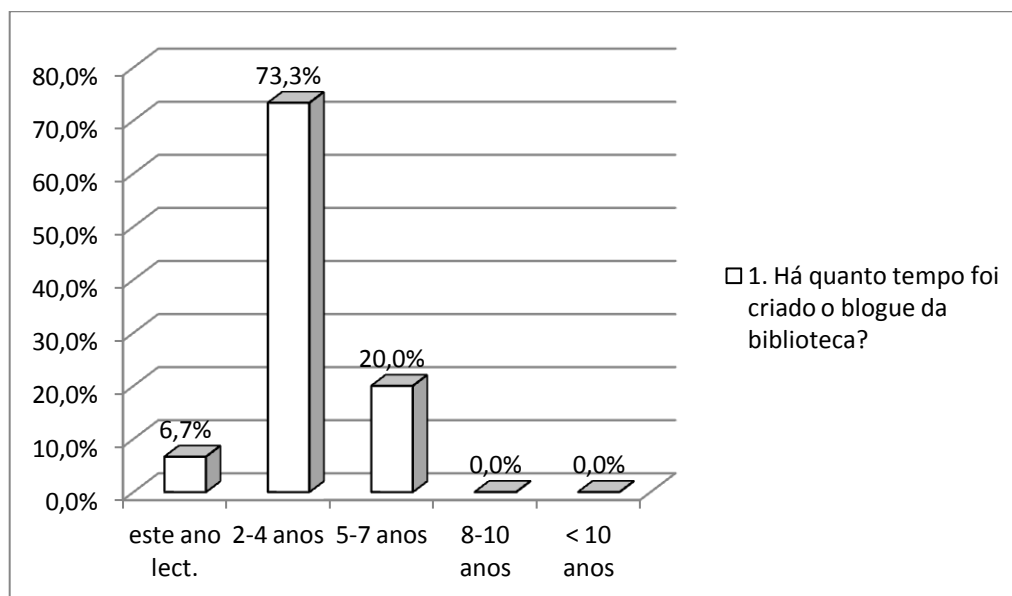


Gráfico 37 - Há quanto tempo foi criado o blogue da biblioteca?

Dos quinze blogues estudados a grande maioria (73,3%) foi criada no espaço de tempo que medeia os 2 e os 4 anos. Em seguida, surgem 20% dos blogues criados no intervalo de tempo entre os 5 e os 7 anos. Por último, surgem 6,7% dos blogues criados neste ano letivo.

Na pergunta número 2 do questionário aos professores responsáveis pelos blogues, “Fez parte da equipa de criação do blogue?”, obteve os seguintes resultados:

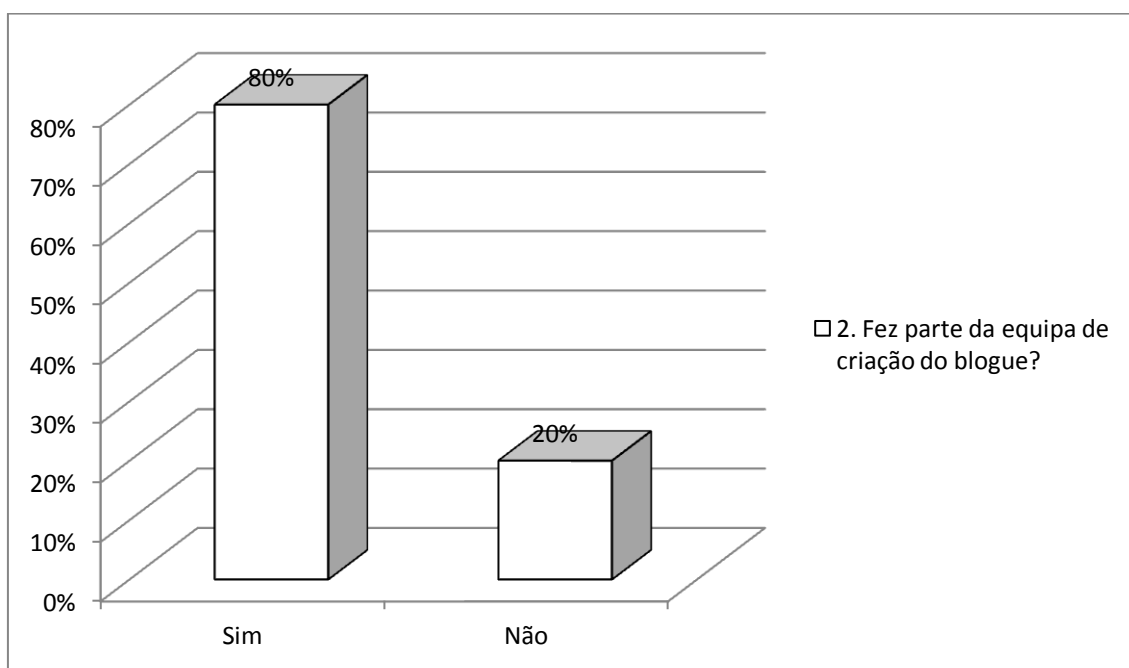


Gráfico 38 - Fez parte da equipa de criação do blogue?

Da análise do gráfico relativo à pergunta 2 do questionário aos professores responsáveis pelos blogues, visualizamos que 80% dos inquiridos pertenceu à equipa que criou o blogue e apenas 20% não participaram na sua criação.

Na pergunta 3, “Com que objetivos foi criado o blogue da Biblioteca Escolar?” os resultados observados são os seguintes:

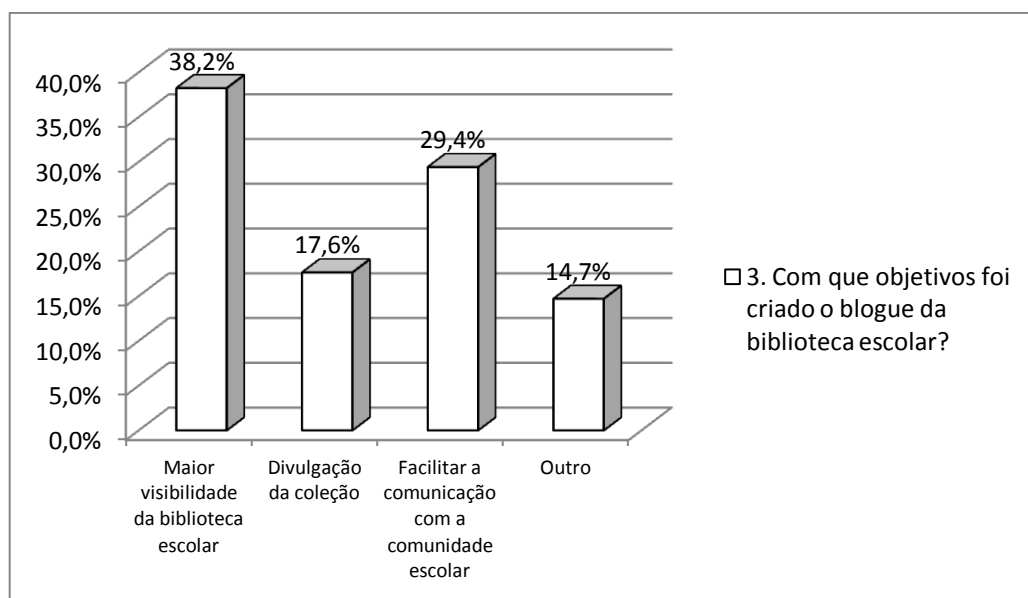


Gráfico 39 - Com que objetivos foi criado o blogue da Biblioteca Escolar?

A maioria dos professores responsáveis pelos blogues tinha como objetivo dar maior visibilidade à biblioteca escolar (38,2%), seguida da percentagem de respostas que apontam o objetivo de facilitar a comunicação com a comunidade escolar. Por último, temos a percentagem de 17,6% que apontam a divulgação da coleção e de uma percentagem de professores que responderam “outro”.

Analisando as respostas “outro” que contabilizou 14,7%, podemos ver três respostas diferentes. Dois professores bibliotecários afirmaram que o blogue foi criado para divulgar trabalhos dos alunos, outros dois afirmaram que a criação do blogue teve como objetivo promover a leitura e um outro professor bibliotecário afirma que frequentou uma ação de formação contínua onde teve como tarefa proposta pelo formador criar um blogue e acabou por dar continuidade a esse trabalho na biblioteca pela qual é responsável.

A pergunta número 4, “O blogue da biblioteca está sobretudo dirigido a crianças e jovens/adultos?”, obteve as seguintes percentagens:

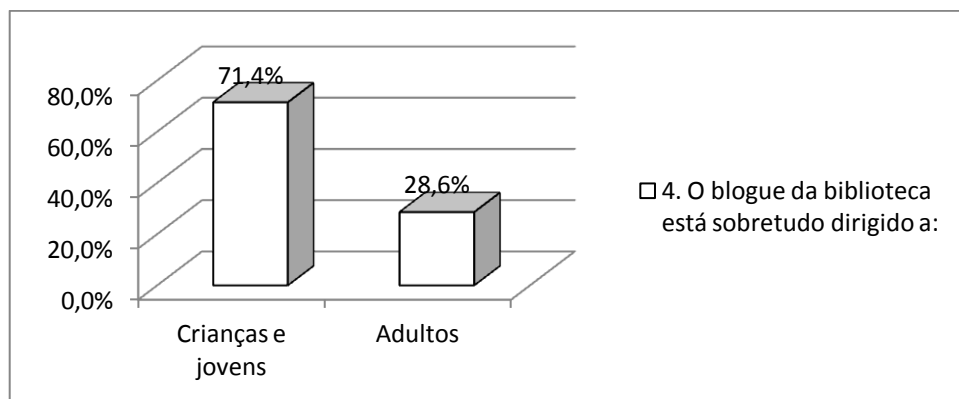


Gráfico 40 - O blogue da biblioteca está sobretudo dirigido a:

A grande maioria dos inquiridos (71,4%) pensa que o blogue está essencialmente dirigido a crianças e jovens, enquanto os inquiridos que pensam que o blogue está dirigido a adultos representam 28,6% das respostas.

Com a pergunta número 5 do mesmo questionário, “Quais as potencialidades do blogue da Biblioteca Escolar?”, os professores responsáveis pelos blogues apresentaram as suas opiniões.

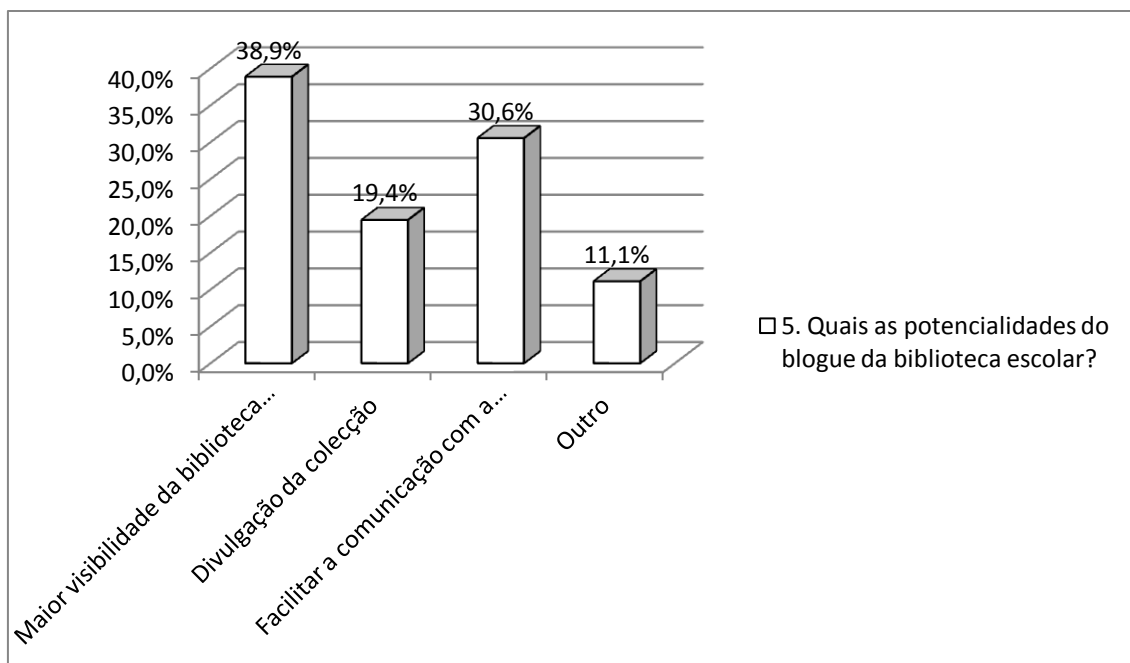


Gráfico 41 - Quais as potencialidades do blogue da Biblioteca Escolar?

Os professores inquiridos apontaram, na sua maioria (38,9%), o blogue como uma forma de dar maior visibilidade à Biblioteca Escolar, enquanto 30,6% pensa que o blogue facilita a comunicação com a comunidade escolar. Os últimos resultados surgem com as categorias “divulgação da colecção” (19,4%) e “outro” com 11,1%.

Analisando a percentagem de 11,1%, que representa as respostas “outro”, podemos ver que um dos professores inquiridos afirma que o blogue tem como potencialidade divulgar o trabalho colaborativo entre docentes e alunos; dois professores bibliotecários pensam que o blogue potencia a divulgação de atividades dinamizadas na Biblioteca Escolar e pelos departamentos de professores e um último professor que pensa que a maior potencialidade é promover a leitura.

Com a pergunta número 6, “Quais as maiores dificuldades que sente enquanto responsável pelo blogue?”, obtivemos os seguintes resultados:

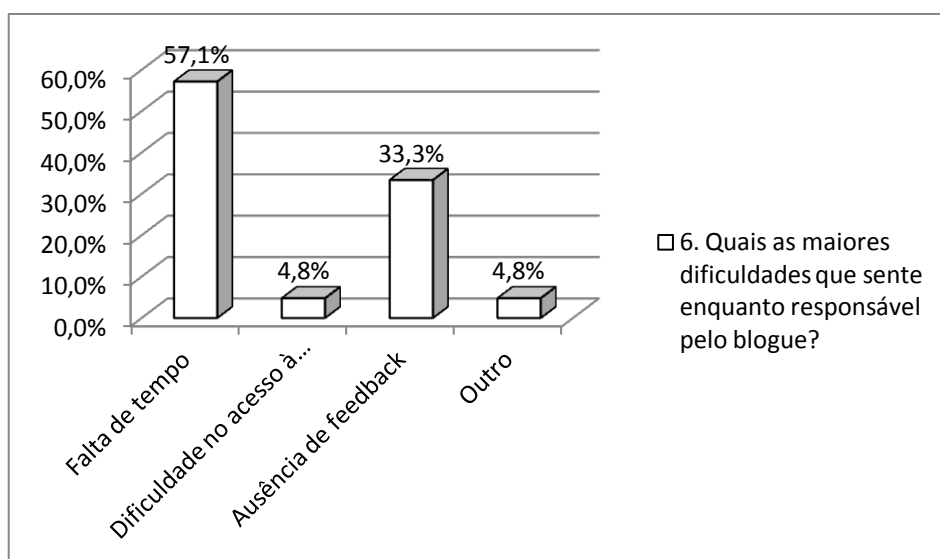


Gráfico 42 - Quais as maiores dificuldades que sente enquanto responsável pelo blogue?

Quando os professores responsáveis pelos blogues estudados foram levados a apontar as maiores dificuldades com que se deparam no seu quotidiano enquanto responsável do blogue da Biblioteca Escolar, a maioria (57,1%) dos inquiridos apontou a falta de tempo seguido de uma percentagem de 33,3% que apontaram como dificuldade a ausência de *feedback*. Com a mesma percentagem, 4,8% surgem ainda professores que apontaram dificuldades de acesso à *Internet* e a categoria “outro”.

A percentagem de 4,8% que escolheu a categoria “outro” considera que a maior dificuldade que sente enquanto responsável pelo blogue é a colaboração dos alunos e professores na tarefa.

Na pergunta número 7, “Existe uma linha de orientação de publicação de mensagens?”, obtiveram-se os seguintes resultados:

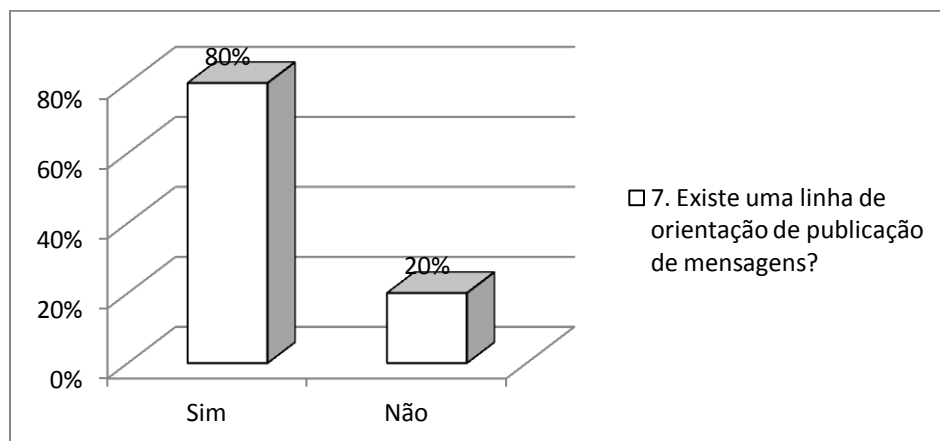


Gráfico 43 - Existe uma linha de orientação de publicação de mensagens?

A grande maioria dos professores inquiridos (80%) afirma existir uma linha de orientação para a publicação de mensagens e apenas 20% assume não ter essa linha delineada.

A pergunta número 8, “Quais os temas que são mais frequentemente abordados no blogue?”, podia obter mais do que uma resposta assinalada pelos responsáveis pelo blogue, mas não poderiam assinalar mais do que três opções.

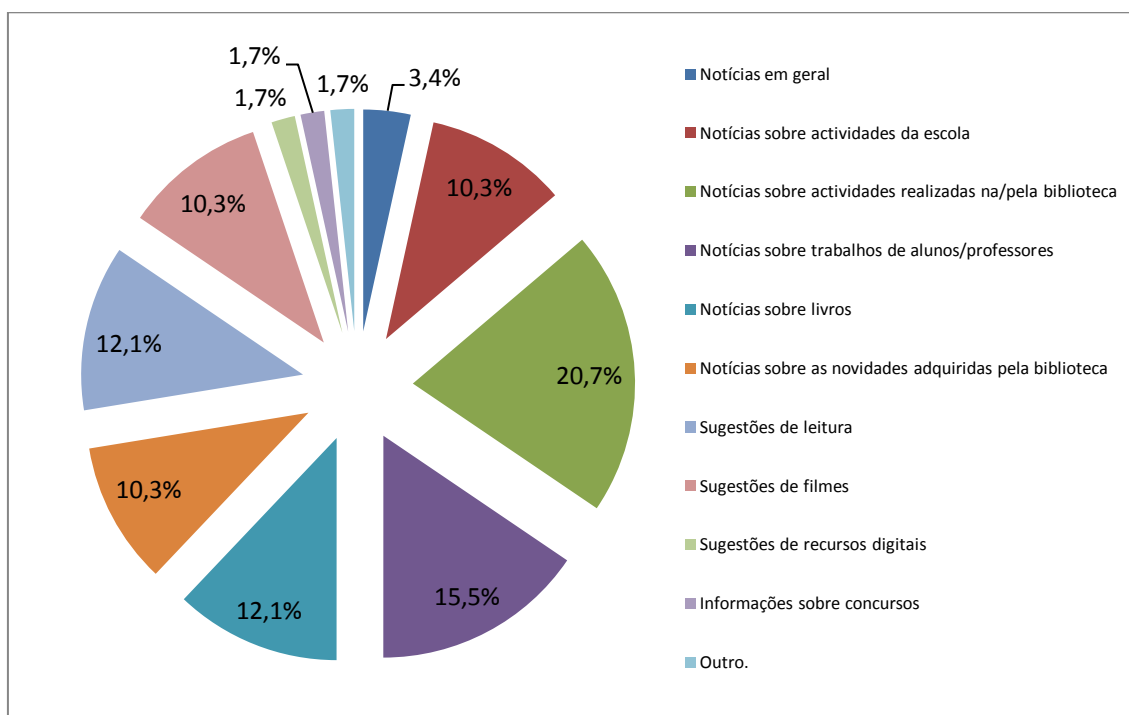


Gráfico 44 - Quais os temas que são mais frequentemente abordados no blogue?

Em relação aos temas mais frequentemente abordados no blogue, a resposta mais representativa (20,7%) foram as notícias sobre atividades realizadas na/pela biblioteca, seguidas das notícias sobre trabalhos de alunos/professores, com uma percentagem que ronda

os 15%. Em terceiro lugar *ex aequo* surgem com 12,1% as notícias sobre livros e as sugestões de leitura. Também em *ex aequo*, com 10,3%, surgem as notícias sobre as novidades adquiridas pela biblioteca, as notícias sobre atividades da escola e as sugestões de filmes. As fatias mais pequenas das respostas estão entregues às notícias em geral com 3,4% das respostas e novamente em *ex aequo*, com a percentagem de 1,7%, as sugestões de recursos digitais, as informações sobre concursos e a categoria “Outro”. Em relação à percentagem que escolheu a categoria “outro”, a opção refere-se a passatempos.

A pergunta número 9 do questionário aos professores responsáveis pelos blogues estudados inquiria sobre a frequência de atualização do blogue.

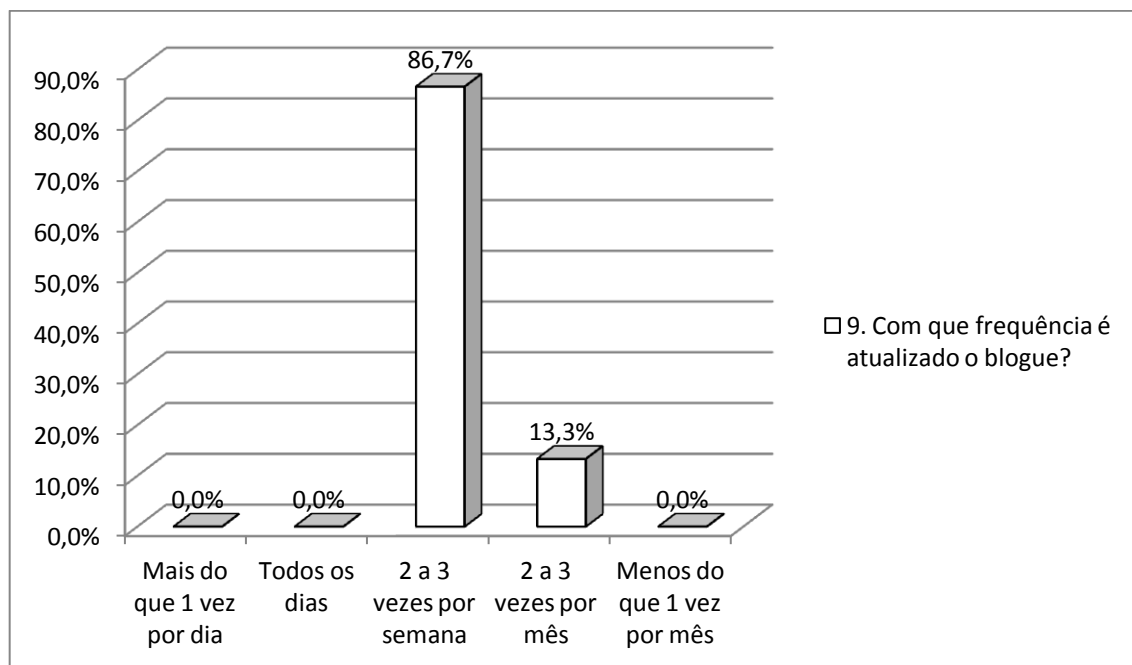


Gráfico 45 - Com que frequência é atualizado o blogue?

Assim, das quinze respostas vemos que 86,7% dos inquiridos considera que atualiza o seu blogue duas a três vezes por semana e 13,3% assume que atualiza o blogue duas a três por mês. Há ainda a registar algumas categorias que não tiveram nenhuma resposta como é o caso do “mais do que 1 vez por dia”, “todos os dias” e “menos do que 1 vez por mês”.

A pergunta número 9 tinha ainda um espaço para os inquiridos explicarem a razão da atualização escolhida, fosse essa razão positiva ou negativa, isto é, lamentando-se pelas razões da menor atualização em relação ao que queriam, ou explicando as razões pelas quais atualizam o blogue as vezes desejadas. Assim, a percentagem de inquiridos que escolheu a opção “2 a 3 vezes por mês” não apresentou qualquer razão para esse facto. No entanto, os

inquiridos que escolheram a opção “2 a 3 vezes por semana” apontaram a falta de tempo e de notícias como razões válidas para a atualização que conseguem dar ao blogue.

Com a pergunta 10 pretendíamos perceber se existia um *email* para contacto direto entre os responsáveis do blogue e os alunos.

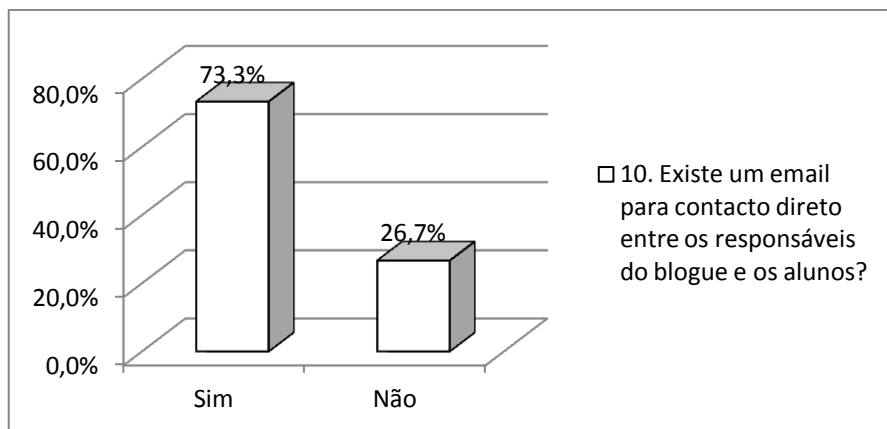


Gráfico 46 - Existe um email para contato direto entre os responsáveis do blogue e os alunos?

Da análise do gráfico percebemos que 73,3% dos professores responsáveis pelos blogues investigados afirma haver um endereço eletrónico direto para contacto com os alunos. A minoria que afirma o contrário representa 26,7% dos inquiridos.

A pergunta 11: “São permitidos comentários às mensagens publicadas?” obteve os seguintes resultados.

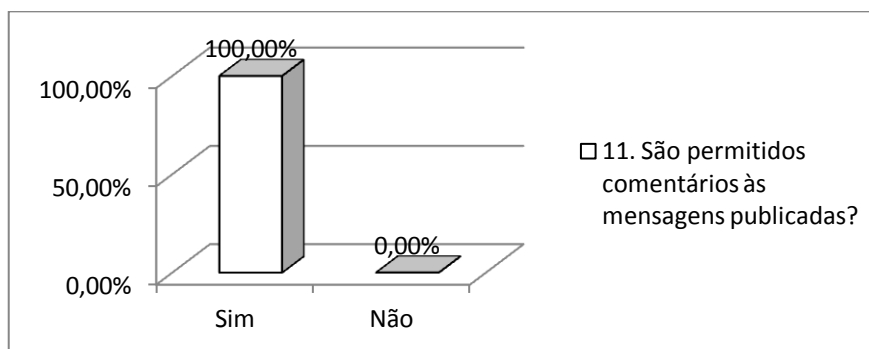


Gráfico 47 - São permitidos comentários às mensagens publicadas?

A totalidade dos responsáveis dos blogues permite comentários às mensagens publicadas e apenas um dos professores responsáveis afirmou que os comentários têm de ser previamente aprovados antes da publicação.

Quando perguntada a razão pela qual os comentários são permitidos, a maioria dos professores responsáveis pelos blogues não apresentou qualquer razão, mas dos que

responderam à questão, a maioria das respostas aponta para a necessidade de estimular a interação com os alunos e de ser desejável receber o *feedback* dos mesmos.

Da análise às respostas da pergunta 12, “Os alunos costumam comentar as mensagens publicadas?”, obtivemos os seguintes resultados:

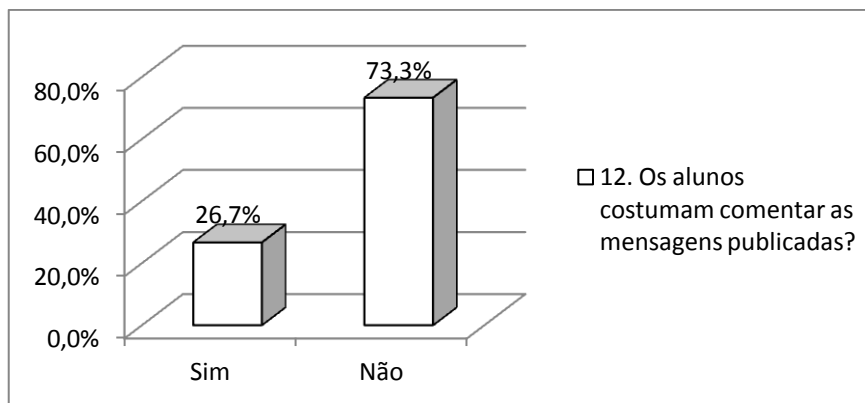


Gráfico 48 - Os alunos costumam comentar as mensagens publicadas?

A análise dos resultados não deixa qualquer margem de dúvida. A esmagadora maioria dos inquiridos (73,3%) respondeu que os alunos das suas escolas não têm o hábito de comentar as mensagens publicadas nos blogues das bibliotecas escolares e apenas uma minoria de 26,7% respondeu ter alunos que comentam as suas publicações.

Ainda nesta pergunta, pretendia-se que os inquiridos refletissem sobre as razões para os alunos comentarem ou não as mensagens publicadas. Aqui, da percentagem de 26,7% que respondeu que os alunos comentavam as publicações do blogue, mostram que os alunos são incentivados a comentar, sobretudo as atividades em que tomaram parte. Da percentagem de 73,3% que manifestaram que os alunos não costumam comentar as publicações, 18,2% não apresentou nenhuma razão e uma percentagem igual afirmou não saber a razão. A restante percentagem apresentou razões variadas, provavelmente que têm a ver com a especificidade da sua biblioteca, nomeadamente, respostas que indicam que costumam ser os encarregados de educação a comentar as mensagens, outras respostas que indicam apenas que os alunos não gostam de comentar ou não têm esse hábito.

A pergunta número 13, “Costuma responder às mensagens/comentários dos alunos?”, permitiu a recolha de respostas traduzidas no seguinte gráfico:

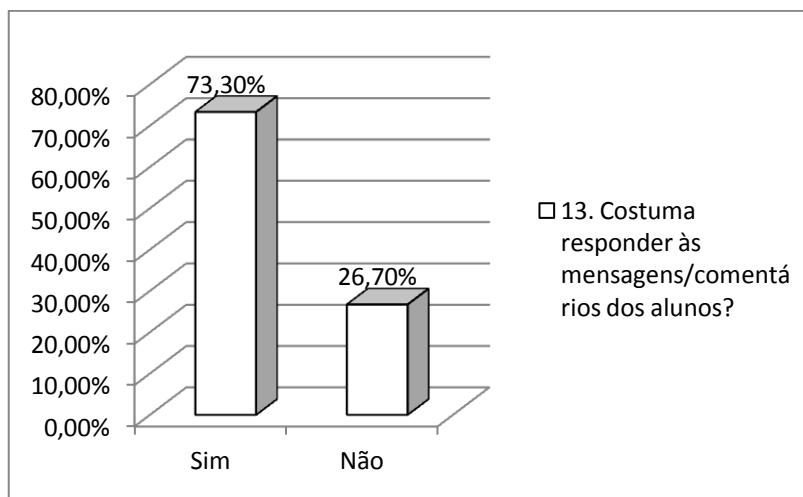


Gráfico 49 - Costuma responder às mensagens/comentários dos alunos?

Nesta pergunta podemos perceber que os professores responsáveis, na sua maioria (73,3%), afirma responder às mensagens de *email* que recebem no *email* de contacto direto ou aos comentários dos alunos e apenas 26,7% afirma que não tem o hábito de responder às mensagens e comentários dos discentes.

Pretendia-se ainda perceber as razões que levam os inquiridos a responder ou não às mensagens e comentários dos alunos frequentadores do blogue da sua biblioteca.

Assim, curiosamente, a grande maioria dos inquiridos que assumiram não responder às mensagens e comentários dos discentes não apresentou nenhuma razão para tal. Contudo, um dos inquiridos afirmou que preferia rentabilizar o tempo que demoraria a responder aos alunos, a fazer novas publicações. Quanto à maioria de inquiridos, os que afirmaram que têm o hábito de responder aos alunos, consideram que as perguntas e sugestões dos alunos não devem ficar sem resposta e consideram que essa estratégia é uma forma de estimular a interação com o público-alvo.

Na pergunta 14, “Os alunos costumam dar sugestões de temas para publicar no blogue?”, podemos visualizar os seguintes resultados:

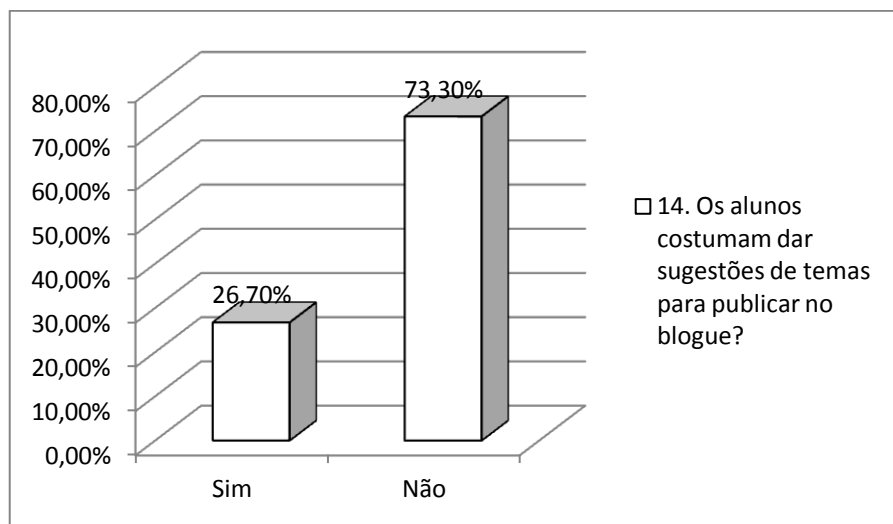


Gráfico 50 - Os alunos costumam dar sugestões de temas para publicar no blogue?

Uma maioria dos inquiridos (73,3%) respondeu que os alunos das suas escolas não têm o hábito de dar sugestões de temas para publicação nos blogues das bibliotecas escolares e apenas uma minoria de 26,7% respondeu ter alunos que partilham os seus desejos de verem determinados temas publicados.

Também nesta pergunta os professores responsáveis pelos blogues estudados foram levados a refletir a razão pela qual os alunos dão ou não sugestões para publicação no blogue da biblioteca. A grande maioria dos inquiridos que respondeu que os alunos não têm o hábito de dar sugestões para publicação no blogue também não apresentou quaisquer razões para esse facto, optando por não responder à pergunta ou alegando nunca lhes ter perguntado. Os professores responsáveis pelo blogue que disseram que os seus alunos costumavam dar sugestões para o blogue, afirmaram que os comentários são essencialmente feitos verbalmente.

A pergunta número 15, “Pensa nas razões pelas quais há alunos que não frequentam o blogue da vossa biblioteca?”, permitia perceber se fazia parte das preocupações dos responsáveis pelos blogues compreender as razões da não frequência dos alunos ao blogue das suas respetivas escolas.

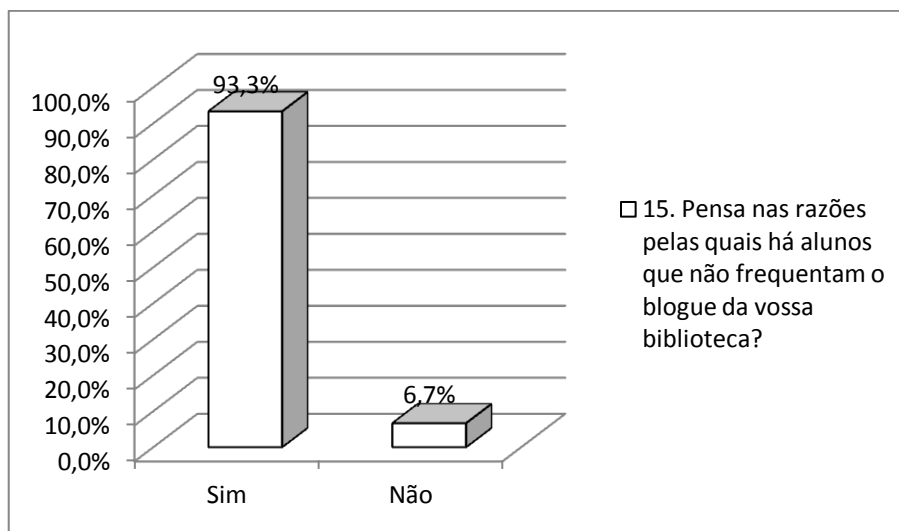


Gráfico 51 - Pensa nas razões pelas quais há alunos que não frequentam o blogue da vossa biblioteca?

A esmagadora maioria (93,3%) afirma pensar nas razões pela qual há alunos que não frequentam o blogue e apenas 6,7% dos professores inquiridos não pensa nessa questão.

Pretendia-se ainda que estes responsáveis mostrassem quais as razões que apontam para essa não frequência. As razões apontadas passam por falta de divulgação do blogue e consequente desconhecimento do mesmo, bem como falta de motivação dos professores no incentivo aos alunos para irem ao blogue; falta de computador em casa dos alunos ou lacunas no acesso à *Internet*; e preferência por outras redes sociais e outras páginas de *Internet*.

A pergunta número 16, “Tem uma planificação do que publica no blogue da biblioteca?”, mostra a preocupação dos responsáveis pelos blogues investigados com as suas publicações.

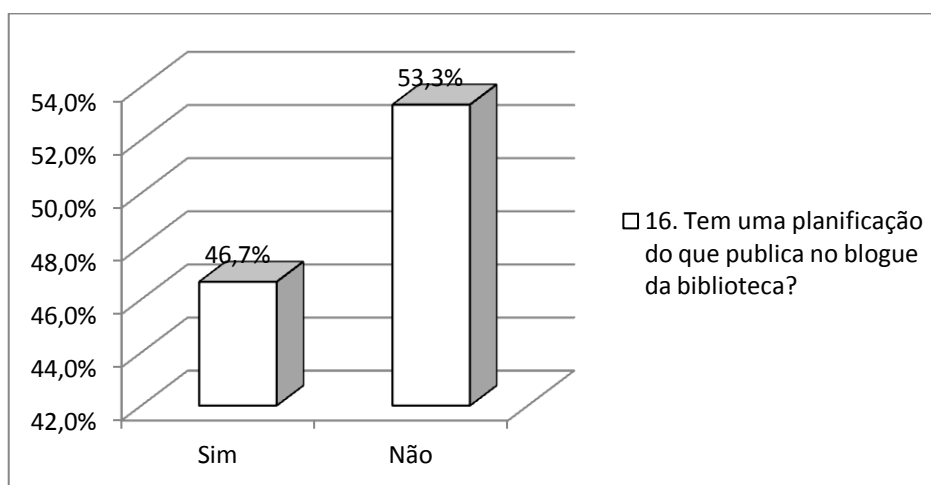


Gráfico 52 - Tem uma planificação do que publica no blogue da biblioteca?

A análise do gráfico 52, mostra que a maioria dos responsáveis pelos blogues, cerca de 53% não tem uma planificação do que é publicado no blogue da biblioteca, contra a percentagem de cerca de 47% que afirma ter essa mesma planificação.

Nesta pergunta pretendia-se ainda saber em que princípios está baseada a planificação dos professores inquiridos que a declararam ter. As respostas encontradas apontam para critérios e princípios de pertinência e adequação dos temas ao público-alvo, bem como ao projeto educativo da escola/agrupamento; apontam ainda para atividades planeadas pela equipa da biblioteca e comemoração de datas e efemérides; e para um espaço de visibilidade da leitura na biblioteca, com informações.

A pergunta número 17, “O que publica são notícias atualizadas ou pontos de situação de um determinado tema?”, permitiu a seguinte análise:

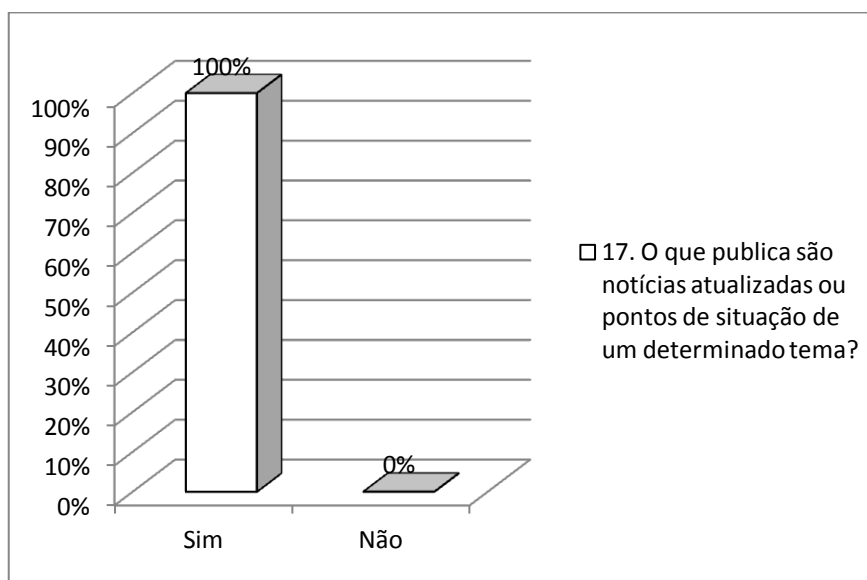


Gráfico 53 - O que publica são notícias atualizadas ou pontos de situação de um determinado tema?

A totalidade dos inquiridos afirma que as notícias que publica nos blogues da(s) biblioteca(s) escolar(es) que é responsável são notícias atualizadas ou pontos de situação de um determinado tema.

A pergunta número 18 “Utiliza o blogue para divulgar as últimas novidades adquiridas pela biblioteca?” obteve os seguintes resultados:

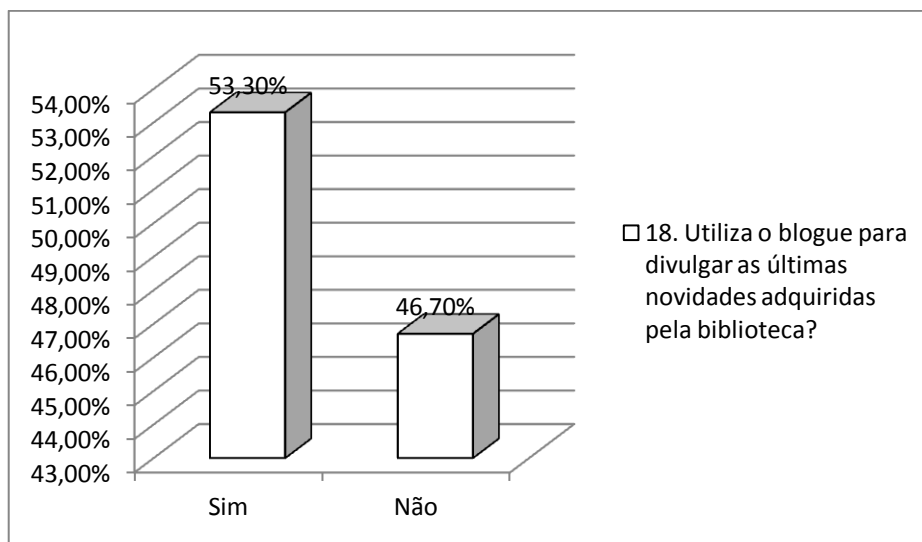


Gráfico 54 - Utiliza o blogue para divulgar as últimas novidades adquiridas pela biblioteca?

A maioria (cerca de 54%) dos professores inquiridos afirma que tem o hábito de utilizar o blogue para divulgar as últimas aquisições feitas pela equipa da biblioteca. Contudo, cerca de 47% dos docentes afirma não utilizar esta ferramenta para passar essas informações.

A pergunta número 19, “Pensa em aumentar o número de visitantes do blogue da biblioteca?” permitiu as seguintes leituras:

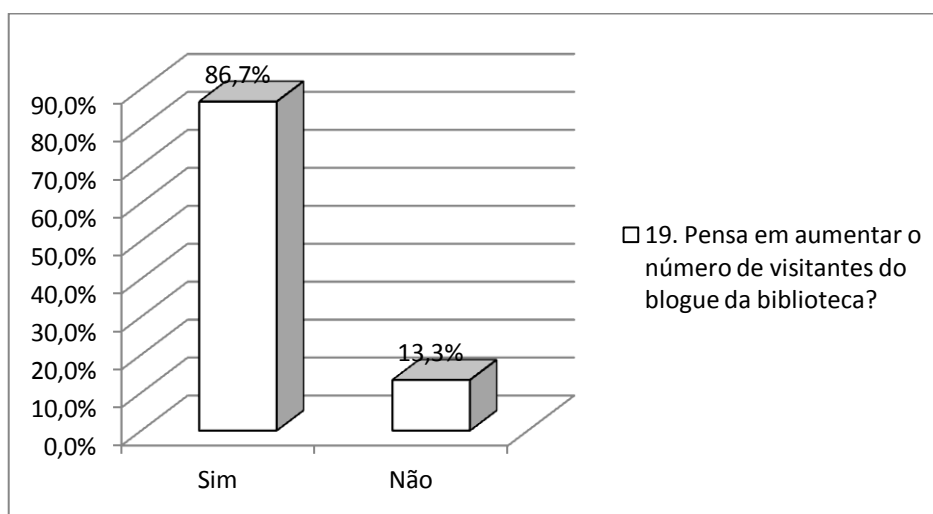


Gráfico 55 - Pensa em aumentar o número de visitantes do blogue da biblioteca?

A larga maioria dos respondentes (86,7%) afirma que faz parte das suas preocupações profissionais aumentar o número de visitantes do blogue. Apenas 13,3% afirma que não tem essa preocupação.

Foi ainda perguntado aos professores responsáveis que ações pensam aplicar para trazer novos frequentadores do blogue. A maioria das respostas aponta para uma maior

divulgação junto da comunidade escolar, seguido de uma linha de maior dinamização do através de passatempos, jogos e concursos de comentários.

A pergunta número 20: “Que razões encontra para não ter mais visitantes no blogue da biblioteca?” permitiu as seguintes leituras:

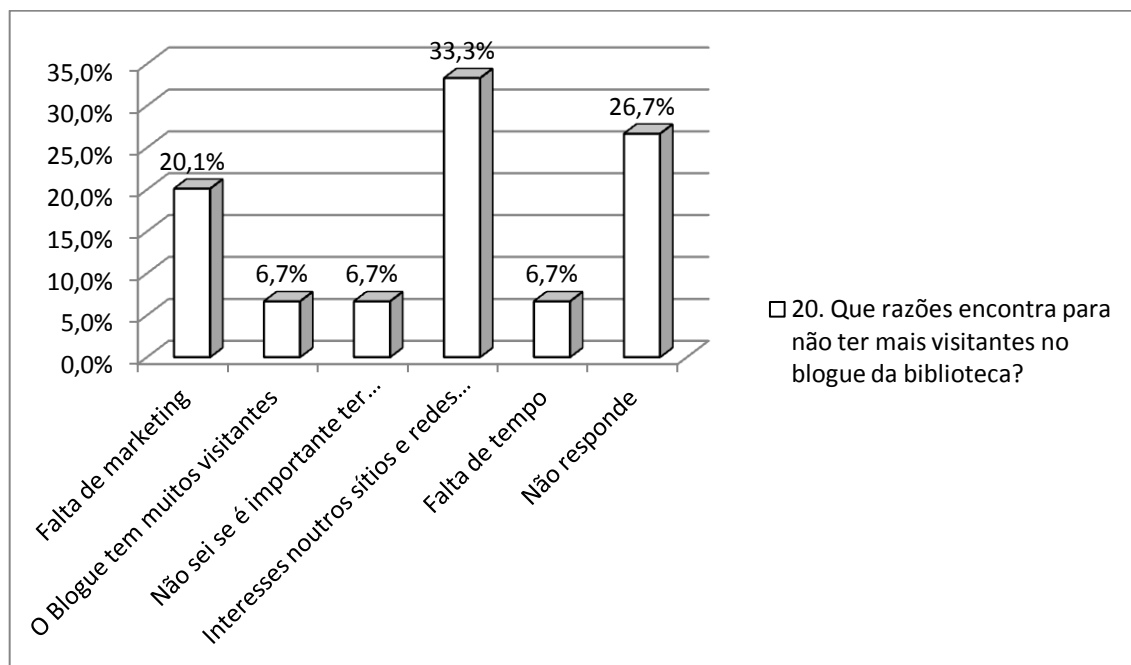


Gráfico 56 - Que razões encontra para não ter mais visitantes no blogue da biblioteca?

A maioria das respostas (33,3%) aponta para o facto de os alunos apresentarem outros interesses na *Internet*, nomeadamente em outros sítios e em outras redes sociais. A segunda maior percentagem pertence aos inquiridos que optaram por não fornecer qualquer resposta a esta pergunta, seguida de perto de 20,1% dos professores responsáveis que optaram por assumir a falta de *marketing*. Em *ex aequo*, com a percentagem de 6,7% estão três respostas: uma que aponta para o blogue ter um número de visitantes considerado suficiente, outra que aponta para uma biblioteca onde não se tem a certeza se é importante ter muitos visitantes no blogue da biblioteca e a última resposta que aponta para falta de tempo dos alunos.

A pergunta 21, “Para além do blogue, a biblioteca usa alguma outra rede social? *Facebook*? *Twitter*?”, pretendia inquirir os professores responsáveis sobre a utilização de redes sociais na sua biblioteca.

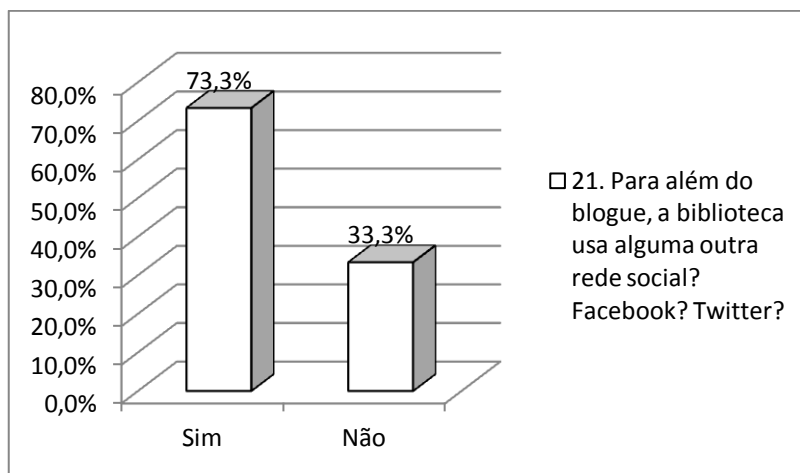


Gráfico 57 - Para além do blogue, a biblioteca usa alguma outra rede social? Facebook? Twitter?

A maioria dos respondentes, 73,3%, afirma que as redes sociais fazem parte do horizonte da sua biblioteca, enquanto 33,3% assume que não usa mais nenhum tipo de rede social, a título de exemplo o *Facebook* ou o *Twitter*.

De facto, nesta mesma pergunta era solicitado aos responsáveis do blogue que identificassem as outras redes sociais usadas. As respostas não deixam grande margem para dúvida.

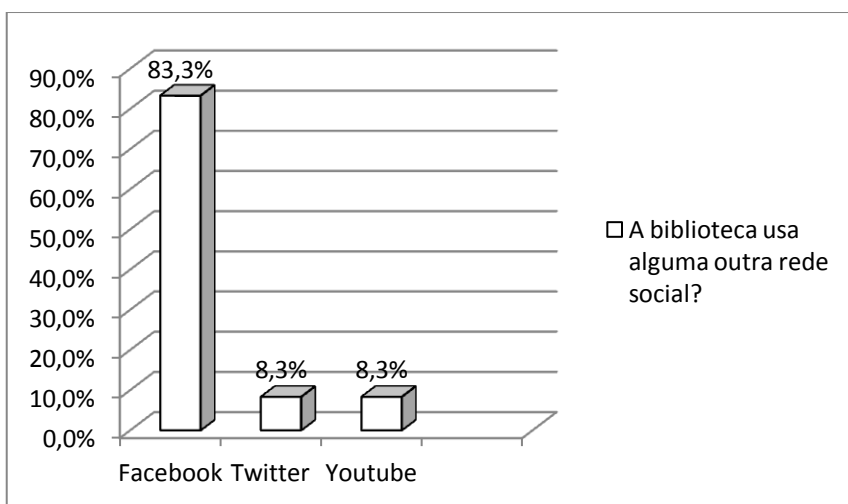


Gráfico 58 - A biblioteca usa alguma outra rede social?

Uma larga maioria de bibliotecas, com a percentagem de 83,3%, tem conta no *Facebook* e em *ex aequo*, com 8,3% estão as bibliotecas que também têm conta no *Twitter* e no *Youtube*.

A pergunta 22, “Pensa que o blogue traz novos utilizadores da biblioteca?”, obteve os seguintes resultados:

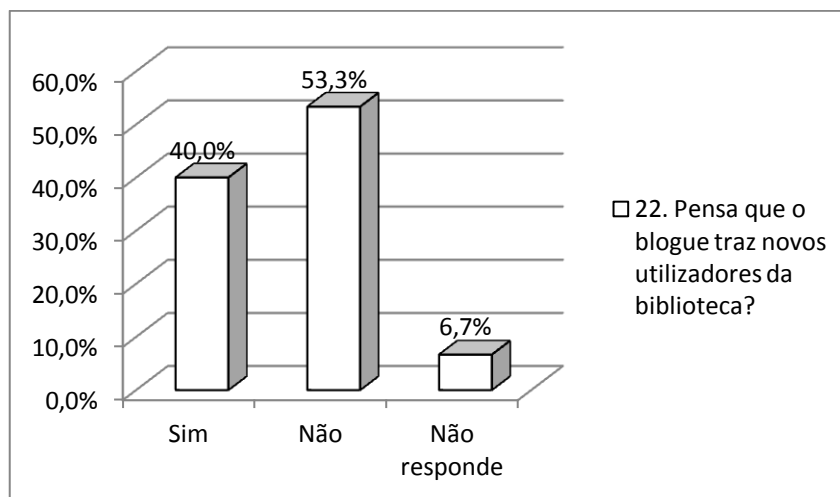


Gráfico 59 - Pensa que o blogue traz novos utilizadores da biblioteca?

A maioria dos inquiridos (53,3%) respondeu que o blogue não tem uma intervenção direta no facto de trazer novos utilizadores à Biblioteca Escolar. No entanto, 40% dos inquiridos considera que o blogue é uma ferramenta que auxilia a interessar. Há ainda a referir um dos respondentes que não respondeu diretamente à pergunta, mas que partilhou que, no seu conhecimento, não há um estudo académico sobre a relação direta entre o blogue e os alunos que frequentam a biblioteca.

A pergunta número 23, "Faz (fez) estudos sobre as necessidades dos utilizadores da biblioteca?", obteve os seguintes resultados:

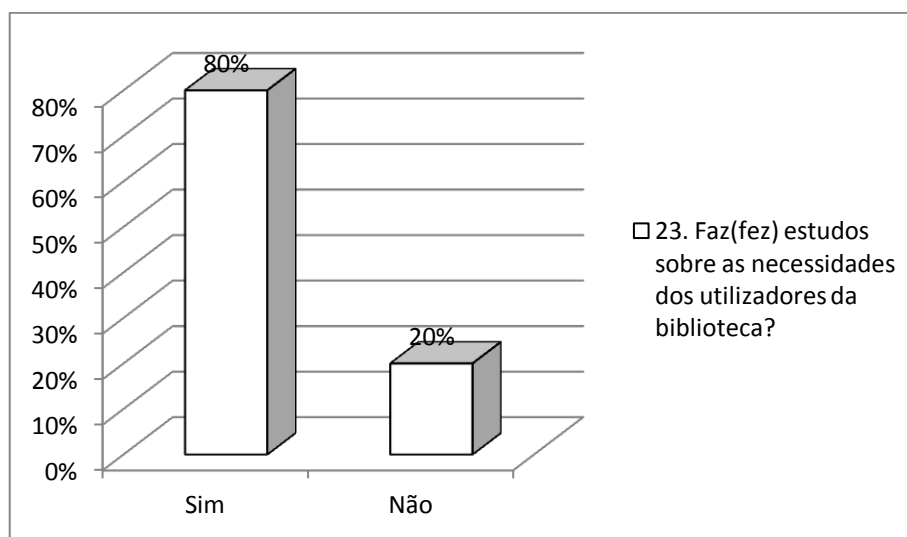


Gráfico 60 - Faz (fez) estudos sobre as necessidades dos utilizadores da biblioteca?

Também nesta pergunta há uma esmagadora maioria de 80% que afirma que faz ou fez estudos sobre as necessidades dos utilizadores da biblioteca. No entanto, 20% assume não ter feito, ou fazer habitualmente, nenhum tipo de estudo como o mencionado.

Nesta pergunta pretendia-se ainda saber quais os objetivos dos estudos acima mencionados.

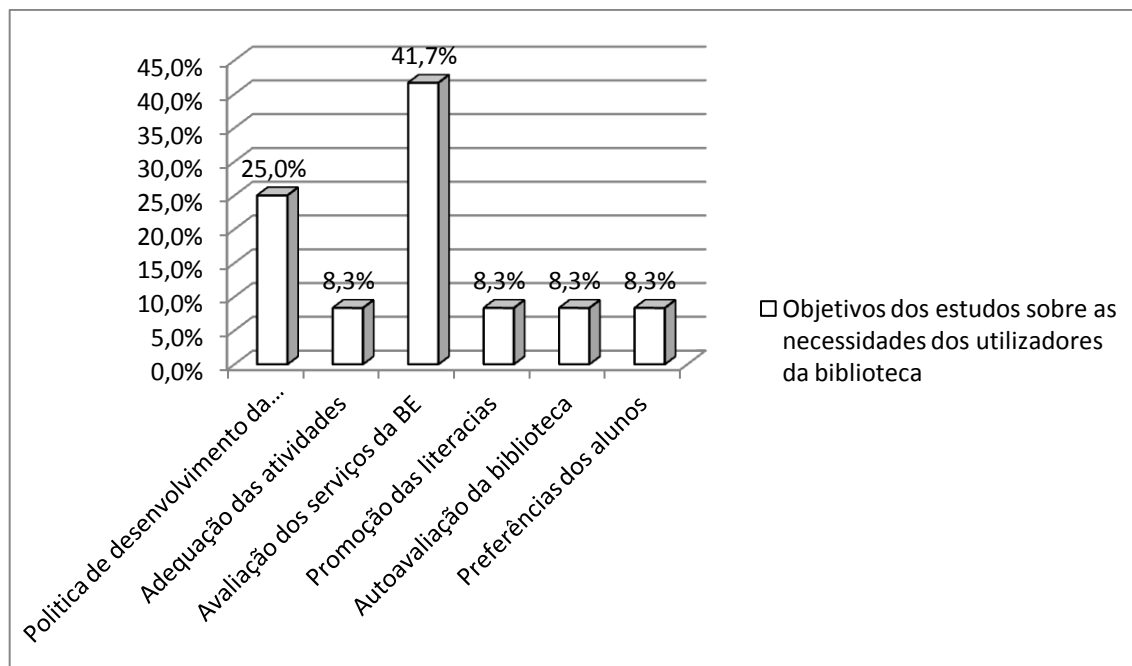


Gráfico 61 - Objetivos dos estudos sobre as necessidades dos utilizadores da biblioteca

Na análise do gráfico 61, podemos ver que a maioria (41,7%) direcionou os estudos realizados para a avaliação dos serviços prestados pela biblioteca, seguida de uma percentagem de 25% que pretendia avaliar a política de desenvolvimento da coleção. Em *ex aequo*, todos com uma percentagem de 8,3%, encontram-se os estudos direcionados para a adequação das atividades aos interesses do público-alvo, a promoção das literacias, a autoavaliação da biblioteca e o estudo das preferências dos alunos.

A pergunta número 24 “O facto de ter blogue obriga a ter mais computadores na sua Biblioteca Escolar?” pretendia que os professores responsáveis pelos blogues se pronunciassem sobre a relação entre o blogue e os computadores da biblioteca.

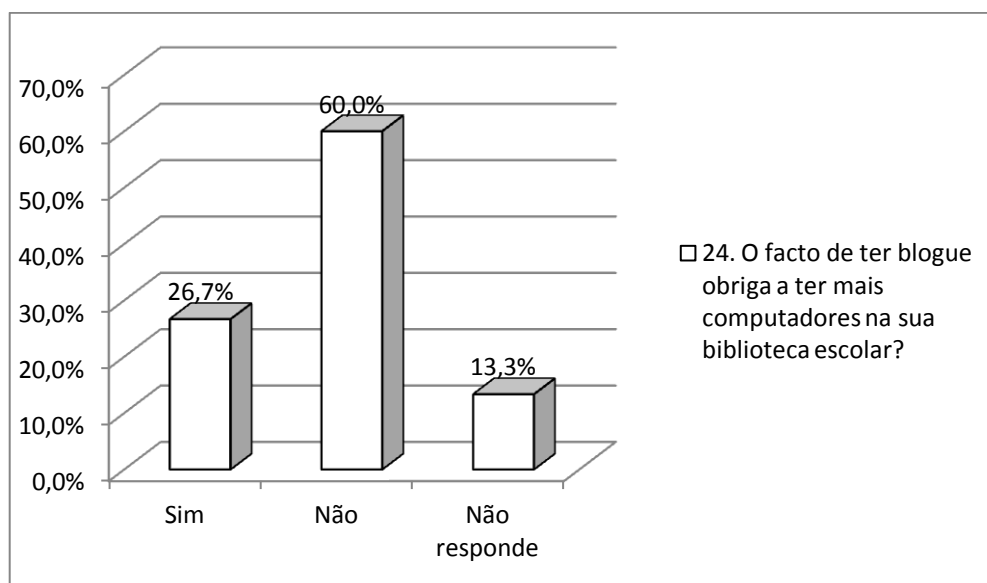


Gráfico 62 - O facto de ter blogue obriga a ter mais computadores na sua Biblioteca Escolar?

Os resultados apontam para uma maioria de inquiridos (60%) que considera que o blogue não traz uma necessidade de mais computadores na Biblioteca Escolar. Contudo, 26,7% dos respondentes afirma que o blogue traz esse tipo de obrigatoriedade. Há ainda uma percentagem de professores responsáveis (13,3%) que optou por não responder a esta pergunta.

3.2 Análise e interpretação dos dados recolhidos

Após a apresentação dos gráficos dos resultados obtidos segue-se, neste capítulo, a nossa análise e interpretação dos dados mais relevantes e significativos. Desta feita, ao contrário do que sucedeu na apresentação dos dados, faremos relações entre os resultados das respostas obtidas em ambos os questionários (alunos e responsáveis dos blogues de bibliotecas escolares). Esta escolha prendeu-se com o facto de pensarmos que apenas após a apresentação de todos os dados, estaríamos em posição de relacionar todos os números obtidos e corríamos menos riscos de fazer leituras enviesadas da realidade estudada.

Assim, no **gráfico número 1 do questionário aos alunos**, onde são apresentados os números de mensagens e comentários dos blogues que fazem parte deste estudo, salienta-se o facto de o blogue com maior número de mensagens, não ter um número muito significativo de comentários. Na verdade, surgem apenas dois casos, a escola a que atribuímos o código B e a escola com o código D, onde há uma grande proximidade entre o número de mensagens publicadas e o número de comentários. A escola B tem a particularidade de ter maior número de comentários do que mensagens publicadas durante o mesmo período.

No **gráfico número 2 do questionário aos alunos** vemos que a grande maioria dos alunos participantes neste estudo são do terceiro ciclo e do ensino secundário. Vários dos blogues pertencentes ao estudo são de escolas secundárias e de escolas de segundo e terceiro ciclos. Apenas dois dos blogues estudados são de instituições de primeiro ciclo. Nas escolas de segundo e terceiro ciclos parece-nos mais provável que alunos da faixa etária 12-16 anos (terceiro ciclo) se sintam mais seguros a dar a sua opinião, do que alunos da faixa etária 10-11 (segundo ciclo), acabados de chegar a uma escola nova, onde muitas vezes lhes falta o conhecimento dos espaços e das regras.

No **gráfico número 3 do questionário aos alunos** analisamos as idades dos alunos participantes neste estudo. A maior percentagem de idade dos alunos inquiridos situa-se entre os catorze e os quinze anos, com 26,5%, seguindo-se o grupo de alunos com idades compreendidas entre os dezasseis e os dezoito anos, com a percentagem de 26% e com 23,9% a faixa etária que compreende alunos entre os doze e os treze anos de idade. Como atrás referimos parece muito provável que os alunos adolescentes, na faixa etária 12-16 anos, estejam mais dispostos a dar a sua opinião, uma vez que a adolescência traz muitas vezes um período de necessidade de afirmação dos seus pensamentos e opiniões e contestação das regras estabelecidas. Não podemos ainda esquecer o facto de, nesta faixa etária, já dominarem todos os espaços da escola e as regras do contexto escolar e compreendem bem o que leem.

Poderão ser alunos mais familiarizados com os blogues das suas bibliotecas escolares e com as “novas” tecnologias, o que lhes permite uma frequência mais assídua e, eventualmente, mais participativa nos mesmos, favorecendo que se sintam mais seguros para dar a sua opinião.

A menor percentagem de alunos inquiridos neste estudo é de 2,3% e representa o grupo de alunos com mais de dezoito anos de idade. Segue-se o grupo com menos de dez anos, com a percentagem de 7,3% e o grupo entre os dez e os onze anos com uma percentagem de 14%. Esta situação é compreensível, pois não são muitos os alunos que se mantêm no sistema educativo com mais de dezoito anos. Os alunos com dificuldades de aprendizagem, sejam elas cognitivas ou comportamentais, vão desistindo de estudar, vão integrando cursos com uma componente de formação mais prática e acabam por não seguir estudos para além da escolaridade obrigatória.

Referimos que não foram solicitadas quaisquer percentagens aos professores bibliotecários responsáveis para aplicarem os questionários, uma vez que apenas eles e os membros das suas equipas conhecem bem a população utilizadora da biblioteca e a comunidade leitora do seu blogue. Pelo facto, em nosso entender, não faria sentido “obrigar” o cumprimento de percentagens que pudessem, de alguma forma, enviesar o estudo, obrigando estes professores aplicadores do questionário a escolherem alunos não interessados em participar, ou que não compreendessem o que liam, ou a importância deste estudo. Parece-nos importante salientar que grande parte dos professores bibliotecários contactados nos solicitaram que, no final desta investigação, lhes dessemos a conhecer os resultados das suas escolas e os resultados gerais, de modo a poderem conhecer melhor a sua realidade, que por dificuldades de tempo não investigam a este nível, para que possam fazer *benchmarking*, comparando assim as diversas realidades. No **gráfico número 4**, onde estão representados os dados da **pergunta número 1 do questionário aos alunos**: “A biblioteca da tua escola tem um blogue?”, percebemos que dos 389 questionários aplicados, houve 16,7% de alunos que responderam que não faziam ideia se a biblioteca da sua escola tinha ou não um blogue. Apesar de 81% dos alunos inquiridos referiu ter conhecimento do blogue, o que é um resultado muito positivo, esta percentagem de alunos que desconhecem o blogue pode ser alvo de uma reflexão por parte dos professores responsáveis pelos blogues, pois a satisfação dos seus leitores e frequentadores é uma prioridade, mas não devem descurar tudo o que puder ser realizado para trazer novos leitores às suas bibliotecas e blogue das mesmas. As escolas C, D, H e K são um caso de sucesso no que diz respeito à divulgação do blogue da

biblioteca, uma vez que totalidade os inquiridos tinham conhecimento do mesmo. Todavia, no polo contrário, apresentamos a realidade da escola N, onde a maioria dos alunos (60,5%) referiu não saber da existência do blogue até responder a este questionário, contra os 39,5% dos inquiridos que referiu ter conhecimento da sua existência.

É essencial que os professores bibliotecários e os membros das suas equipas, quando as houver, tenham um papel reflexivo e autocrítico, de modo a perceberem se poderiam divulgar melhor o blogue da biblioteca, a perceber os locais que chamam mais à atenção dos seus alunos para neles publicarem informação relevante e os modos mais eficazes para passar essa informação.

Quando analisamos os resultados dos questionários aos professores bibliotecários, em particular o da escola N, vemos que é um blogue que foi criado no intervalo de tempo de há dois/quatro anos, pelo que era expectável que os alunos tivessem maior conhecimento do mesmo. De algum modo, segundo os alunos, este questionário contribuiu para um maior conhecimento do blogue por parte dos discentes. Percebemos ainda que o nível de atualização do mesmo é de duas a três vezes por mês, o que pode ajudar a mostrar um blogue pouco atualizado e que aparentemente não motiva os seus frequentadores a voltarem, nem passarem a informação a potenciais frequentadores. Em contrapartida, os níveis de atualização dos blogues das escolas C, D, H e K são de duas a três vezes por semana, fator que decerto contribui para o conhecimento do blogue por parte de todos os alunos inquiridos nesta investigação. É importante que o blogue seja frequentemente atualizado, diariamente se possível, ou, tendo em conta todas as tarefas de um professor bibliotecário, que as atualizações sejam feitas duas ou três vezes por semana. É desejável que os alunos e outros seguidores encontrem no blogue uma fonte de atualização com vida, que os leve a ter vontade de voltar mais vezes, que seja capaz de rivalizar o seu interesse, que como vimos é dispersado por outras redes sociais e sítios de *Internet*. É sabido que um blogue estático é um blogue sem interesse.

Na **pergunta número 2 do questionário aos alunos**, “O que gostas mais no blogue da Biblioteca Escolar?”, os alunos mostraram algum desinteresse pelo blogue da respetiva Biblioteca Escolar, uma vez que as respostas “Frequenta pouco o blogue” ou “Blogue pouco divulgado” obtiveram 11,1% e 2,6% respetivamente. A somar a estas respostas temos ainda 27,2% por cento dos alunos inquiridos que afirmam não saber ou não responde a esta questão. Esta é mais uma matéria digna de reflexão por parte dos responsáveis pelos blogues estudados. Este aparente afastamento do blogue deve ser estudado, de modo a serem criadas

dinâmicas de divulgação do mesmo e adequação dos temas publicados e das informações fornecidas às necessidades dos alunos, sendo assim percebidas pelos responsáveis dos blogues. Da análise do gráfico, percebemos que os alunos frequentadores dos blogues fazem-no porque gostam das informações neles publicados, gostam de ver as fotografias e vídeos de atividades realizadas e saber as novidades da biblioteca, como forma de se manterem atualizados.

Os alunos, quando confrontados com a pergunta: “O que gostas menos no blogue da Biblioteca Escolar?” (**pergunta 3 do questionário aos alunos**), na sua maioria (44,1%) optam por dizer que não há nada em especial que lhes desagrade no blogue da biblioteca. Apenas a percentagem de 10,7%, manifestou não gostar do *layout* do blogue ou da sua organização. Sabemos que é impossível agradar a todos, em termos de cores utilizadas, de notícias e informações disponibilizadas, mas é essencial que o aspeto do blogue seja o mais adequado às várias faixas etárias da população estudantil e publicar informações relevantes para os alunos, escritas de um modo que seja fácil compreenderem e com uma linguagem apelativa. Os professores bibliotecários responsáveis pelos mesmos poderão usar alguns dos modelos de blogues pré-definidos dos dois serviços de gestão de blogues mais utilizados (*Blogger* e *Wordpress*), personalizando-o com cores, sempre com a preocupação de adequação à faixa etária, mantendo uma organização do blogue que ajude os alunos a saberem onde encontrarem as informações que procuram e permitindo a interação e sentido de pertença do blogue à comunidade escolar, aproximando-o do gosto dos seus visitantes, mantendo a sua função de divulgação.

No **gráfico número 8**, que representa os dados da **pergunta número 4 do questionário aos alunos**, percebemos os temas mais frequentemente publicados no blogue da Biblioteca Escolar. Uma vez que um blogue de uma biblioteca tem, por norma, uma diversidade de temas ao seu dispor, foi pedido aos alunos que apenas assinalassem três opções, para que as respostas representassem realmente o que mais se destaca para os leitores do blogue. Os resultados não são de estranhar, pois os temas mais abordados referem-se a notícias de atividades da escola (20,84%) e a notícias de atividades realizadas pela biblioteca (18,63%).

Quando nos debruçamos sobre a mesma temática no questionário aos professores bibliotecários (**pergunta número 8** do com os dados representado no **gráfico número 44**) percebemos que os temas mais frequentemente abordados pelo blogue, na perspetiva dos professores, são os mesmos temas avançados pelos discentes. No entanto, são ainda espaço de

divulgação de livros, sugestões e promoção de leitura, espaço de divulgação das recentes aquisições, para o acervo escolar, sejam livros, DVDs, CDs de música, filmes, entre outros, bem como divulgação de recurso digitais e ferramentas para os trabalhos dos alunos. É manifestamente negativo que seja uma percentagem mínima a utilizar o blogue em termos de aproveitamento para divulgação das Tecnologias de Informação e Comunicação.

No **gráfico número 9**, onde estão representados os dados relativos às respostas dadas pelos alunos à **pergunta número 5** no questionário dos mesmos “Sabes com que frequência é atualizado o blogue da biblioteca?”, não é de admirar que com tantas solicitações de que os alunos são alvo hoje em dia, desde os trabalhos necessários para as várias disciplinas às inúmeras atividades desportivas, culturais, entre outras, até ao forte impacto que redes sociais como os blogues e o *Facebook* têm na vida dos jovens alunos, que cerca de 65% dos alunos inquiridos afirmem que não conhecem profundamente o grau de atualização do blogue da biblioteca da sua escola. Pensamos ser normal que os alunos, quando leem uma determinada publicação num blogue, não olhem para a data da publicação e muito menos para a hora (que muitas vezes nem corresponde à hora atualizada e correta). Não parece ser uma preocupação relevante para os professores bibliotecários responsáveis fazerem com que os frequentadores do blogue conheçam este nível de particularidade do mesmo. Contudo, o que é expectável e desejável é que os alunos e restantes visitantes do blogue sintam que este pode ser uma fonte de notícias ou conhecimentos atualizado, com publicações recentes. Um blogue estático é um blogue morto e conseqüentemente sem visitantes. Como referimos anteriormente a segunda percentagem mais elevada de respostas à frequência de atualização do blogue fica perto dos 17%, com um nível de atualização entre as duas e as três vezes semanalmente.

Como facto curioso salientamos que as respostas dos alunos das escolas H e I levam a pensar que o grau de atualização é diário, em vez da média anteriormente referida de duas ou três vezes por semana, contrariando assim as respostas dos professores responsáveis das mesmas escolas que remetem para o resultado de atualizações de duas e as três vezes por semana. As respostas à **pergunta número 9 dos questionários aos professores responsáveis pelos blogues** representadas no **gráfico 45**, apontam para uma esmagadora maioria, 90% dos professores, que prefere fazer atualizações entre 2 e 3 vezes por semana. Sabendo que um blogue atualizado tem muito mais hipóteses de ser um sucesso junto dos alunos da escola que frequentem a biblioteca, é compreensível que apenas cerca de 2,5% refiram que o blogue é atualizado apenas uma vez mensalmente.

Em seguida, impunha-se avaliar a frequência das atualizações, fosse de carácter positivo ou negativo, por excesso ou por defeito. As razões apontadas prende-se com a falta de tempo para dedicar ao blogue e/ou não haver notícias relevantes que justifiquem nova atualização. Aqui, o argumento da falta de tempo sobrepõe-se à necessidade de dinamizar e vivificar o blogue, com o perigo dos visitantes se desmotivarem de o consultar, pois a lentidão e inércia na atualização gera desinteresse, prejudicando a ferramenta apelativa de chamar utilizadores à biblioteca por falta de hábito de consultar as novidades, tendo tendência a deixar de visitar o blogue. Assim sendo, de todos os papéis que são esperados do professor bibliotecário responsável pelo blogue, a função de atualização constante e interação com os visitantes torna-se a chave de sucesso para um blogue bem conseguido, cumprindo as suas funções e potencialidades.

O **gráfico número 10** é referente aos dados da **pergunta número 6** que auscultava os alunos sobre o seu conhecimento do endereço de *email* para contacto direto com os responsáveis do blogue da Biblioteca Escolar. A maioria das respostas dos alunos revela que desconhece este modo de contacto com os referidos responsáveis.

Da análise dos resultados da **pergunta número 10 do questionário aos professores bibliotecários**, verificamos que a grande maioria das respostas aponta para a existência desse correio eletrónico. Contudo, lamentavelmente, existem cerca de 27% que ainda não tem esse contacto.

Sabemos que a biblioteca, sobretudo em escolas que sejam do primeiro, segundo e terceiro ciclos, de um modo geral, têm alunos com um grau de autonomia inferior e como tal a comunicação presencial é mais apelativa e talvez confortável para eles. Procurar a ajuda dos professores ou funcionários responsáveis pelo espaço é, porventura, mais simples e de certeza mais imediato, pois obtêm rapidamente uma resposta à sua necessidade. Pensamos que não é essencial que os alunos saibam este endereço para contato, o que é crucial é que se mantenham disponíveis para aceitarem sugestões, críticas e opiniões tanto de alunos, como professores. Contudo, é sempre útil que pensemos nos alunos que são demasiado tímidos para enfrentarem os responsáveis, ou que já atingiram um grau de conhecimento de domínio das tecnologias que lhe é mais fácil esta forma de comunicação. Neste aspeto, devemos frisar que a maioria dos alunos (54,5%) que pertencem à escola a que atribuímos o código H afirma saber o endereço de *email* para contato direto com os responsáveis da biblioteca em geral e do blogue em particular.

O conhecimento do endereço de *email* do blogue da biblioteca tem, de algum modo, uma estreita ligação com a **pergunta 7 do questionário aos alunos**, representada nesta investigação no **gráfico 11**, onde foi solicitado aos alunos que referissem se tinham conhecimento da permissão, ou não, de comentários às mensagens publicadas.

De um modo geral, a maioria dos alunos, 52%, desconhece se os responsáveis do blogue da biblioteca da sua escola permitem comentários às mensagens publicadas, contra os cerca de 15% que revelam não serem permitidos comentários. Os professores bibliotecários responsáveis pelo blogue de uma biblioteca poderão e deverão utilizar também a permissão de comentários para mostrar a abertura do blogue à comunidade leitora, permitindo opiniões e aceitando sugestões.

No nosso estudo, concluímos, através da análise da **pergunta 11 dos questionários aos professores responsáveis** pelos quinze blogues estudados que em todas as escolas são permitidos comentários às mensagens publicadas.

É desejável que todos os alunos deem *feedback* do que está a ser feito e a melhor forma de estimular essa interação é dando conhecimento do endereço de *email* e em todas as intervenções pedir sugestões, bem como mostrar como os alunos podem comentar as mensagens publicadas. A disponibilização aos alunos do endereço de *email* indicia a permissão de participação dos mesmos e é também uma forma de apelar à sua participação, abrangendo os alunos nativos digitais que nutrem um gosto especial ou que possuem conhecimentos na área das Tecnologias de Informação e Comunicação e preferem este canal para uma interação mais participativa.

Salientamos ainda que, na análise desta pergunta (a **pergunta 7 do questionário aos alunos**) em cada escola individualmente, na escola a que atribuímos o código B, há uma maioria relativa (54,3%) de alunos que referem ser permitidos comentários e que na escola E, que também se destaca da média, a maioria dos alunos inquiridos (56,6%) afirma que não são permitidos os comentários às mensagens publicadas no blogue da biblioteca, apesar do que afirma o professor responsável pelo mesmo. Uma vez que os professores bibliotecários referiram dificuldades na gestão do tempo (**gráfico 42**), têm de tentar conciliar as várias tarefas que são esperadas deles pela comunidade educativa e não podem despende muita energia a tentar que os seus alunos frequentadores do blogue saibam que são permitidos comentários. No entanto, como referimos é crucial que seja perceptível aos alunos a abertura às críticas, opiniões e a comentários.

Relativamente à **pergunta número 8 do questionário aos alunos**: “Costumas comentar as mensagens publicadas?”, os dados representados no gráfico 12, mostram que a esmagadora maioria (cerca de 84%) não costuma fazer comentários. Esta situação pode ter a ver com o facto de os alunos, aparentemente, procurarem mais os blogues das bibliotecas como fonte de informação e não pretenderem despende muito tempo em contribuições para o blogue. Cabe aos responsáveis pelos blogues refletirem sobre as razões da não interação direta, através de comentários, e alterarem comportamentos nas suas práticas diárias que mostrem aos frequentadores da biblioteca e do blogue a importância das suas contribuições e comentários, o que pode produzir uma maior identificação com o mesmo. No entanto, sabemos que os alunos, após um período em que a ferramenta de comunicação *Hi 5* teve o seu auge, hoje em dia, é o *Facebook* a rede social primordial para os nossos jovens.

Através da análise das respostas à **pergunta número 12 do questionário aos professores bibliotecários**, ilustrada no **gráfico 48**, percebemos que há uma convergência de opiniões entre alunos e docentes inquiridos. Apenas 26,7% dos professores responderam que os alunos comentam as mensagens publicadas, pois são levados a participar e sobretudo a comentar nas atividades em que participam, gostando de o fazer desta forma. A percentagem de alunos que não comentam as publicações alcança cerca de 73%.

Cabe aos professores bibliotecários responsáveis pelos blogues de bibliotecas escolares aproveitar todos os momentos de interação com os alunos, que se revelem apropriados para tal, demonstrarem interesse nas opiniões dos alunos que, no fundo, são o seu público-alvo por excelência. Estas demonstrações poderão ficar gravadas nas mentes dos alunos e fazer com que mais tarde ou mais cedo se envolvam mais ativamente nas publicações do blogue, através de participações pontuais ou através de comentários às mensagens publicadas.

Ao analisarmos as respostas a esta pergunta de forma individualizada, percebemos que nas escolas C, E, J, L e N todos os alunos inquiridos referiram não comentar as mensagens publicadas, pelo que esta situação poderá ser alvo de uma reflexão particular pelos responsáveis pelos blogues destas bibliotecas, a fim de se chegar a uma conclusão sobre o que pode ser feito para alterar a situação e trazer mais alunos a uma cooperação mais ativa para com o blogue da sua biblioteca, nem que seja através dos referidos comentários. Os professores bibliotecários das escolas C, E, J, L e N, confrontados com a **pergunta 12 do questionário dos responsáveis pelos blogues** estudados, assumiram que os seus alunos não tinham por hábito comentar as mensagens publicadas, à exceção do responsável pelo blogue

da escola E, que afirmou que os alunos frequentadores do blogue têm por hábito contribuir com comentários. É essencial que os referidos professores, que assumem esta lacuna nos frequentadores dos seus blogues, tentem refletir sobre as ações que pudessem fazer com que os alunos se sentissem motivados a comentar as mensagens publicadas, pois sabemos que os que participam são os que estão motivados e podem trazer novos frequentadores com as suas contribuições. As contribuições dos alunos são feitas em linguagem perceptível aos pares, o que pode trazer benefícios à equipa responsável pelo blogue com o incremento de utilizadores do mesmo.

A **pergunta 8.1 do questionário aos alunos** reflete, no **gráfico 13**, os dados das razões pelas quais os alunos comentam ou não as mensagens publicadas. A percentagem mais significativa, cerca de 28%, refere-se a alunos que não consideram frequentar o blogue da biblioteca muito assiduamente, seguida de alunos que optaram por ignorar esta pergunta ou simplesmente não a responder. As restantes razões refletem alunos que não gostam de fazer comentários, ou que consideram que o blogue da biblioteca da sua escola está pouco divulgado e essa razão, por si só, faz com que não comentem ou que não sabem o que dizer, ou como o fazer. É importante pensar nas percentagens de alunos que referem não saber como comentar as mensagens ou se são permitidos os comentários. Poderia ser uma solução para este problema fazerem-se visitas no início do ano letivo, sobretudo para os alunos novos na escola, demonstrando as potencialidades das bibliotecas, o acervo, a organização do espaço, mas também mostrar o blogue e como se comenta, manifestando nessa mesma altura a importância da opinião dos alunos, contribuição essencial para fazer do blogue uma ferramenta que vá de encontro aos interesses dos alunos.

Relativamente a **pergunta número 9**, “Os professores costumam responder às mensagens dos alunos/comentários dos alunos?”, analisando os dados representados no **gráfico número 14**, conseguimos perceber que a maioria dos alunos responde “não sei”, não tendo a noção se os professores costumam ou não responder a essas mensagens e comentários. Uma vez que na pergunta anterior, **número 8.1 do questionário aos alunos**, a maior parte assumiu que não frequenta o blogue da biblioteca de uma forma assídua, não é portanto de estranhar este resultado. É essencial que os professores bibliotecários respondam a todos comentários e mensagens dos alunos, de forma a que eles sintam que estão a colaborar e que o façam com o sentido de pertença. Cabe a estes docentes priorizar esta atividade de interação, demonstrando a abertura necessária a que os seus alunos participem mais ativamente no blogue. Estas demonstrações de abertura em relação à comunidade escolar podem ter alguns

efeitos, as respostas podem fidelizar os visitantes que veem que a sua interação é valorizada. Mesmo que as opiniões, comentários e sugestões não sejam as mais corretas, os responsáveis pelo blogue devem mostrar as razões dessas incorreções ou desadequações, uma vez que a ausência de resposta às interações dos alunos pode levar ao desinteresse total pelo blogue.

Neste ponto, uma vez que analisamos também os resultados das escolas a nível individual, verificamos que na escola a que atribuímos o código B, cerca de 43% dos alunos afirma que os responsáveis pelo blogue costumam responder às mensagens, o que corrobora a análise ao questionário do professor responsável, em que se verifica essa preocupação.

Na **pergunta número 13 do questionário aos professores bibliotecários** “Costuma responder às mensagens dos alunos” ressalta que a esmagadora maioria dos professores bibliotecários responsáveis pelos blogues têm essa preocupação. Os docentes que assumiram que não costumam responder às mensagens não apresentaram razão para tal, inclusive um dos inquiridos desvalorizou a necessidade de responder aos alunos, dizendo que preferia rentabilizar o tempo em novas publicações. Dada a apertada gestão de tempo é compreensível que este professor tome esta atitude, no entanto, esta atitude pode levar ao desinteresse dos alunos pelo blogue.

A **pergunta número 10 do questionário aos alunos**, representada no **gráfico número 15**, solicitava a resposta dos alunos sobre os seus hábitos de dar sugestões de temas para o blogue. Como vimos nas perguntas anteriores, de um modo geral, os alunos assumem que não frequentam como era desejável e expectável o blogue da biblioteca. Assim, não é de estranhar que mais de 86% tenha afirmado que não costuma dar sugestões de temas, contra a percentagem de os 5,5% de alunos que costumam fornecer temas que gostariam de ver publicados no blogue.

No questionário aos professores bibliotecários, na **pergunta 14**, representada pelo **gráfico número 50**, tentava aferir-se se os alunos costumavam dar sugestões para publicar nos blogues. A maioria dos inquiridos refere que os alunos não têm essa preocupação, o que de certa maneira corrobora as respostas dos alunos acima mencionadas.

Relativamente à **pergunta 10.1 do questionário aos alunos**, onde se pretendia saber as razões pelas quais os alunos optavam por dar sugestões para o blogue da biblioteca, ou pelo contrário preferiam não contribuir desta forma, também aqui, na análise das respostas através do **gráfico número 16**, a maioria dos alunos optou por não responder a esta questão (cerca de 51%) e cerca de 16% assume que não frequenta o blogue, o que é coerente com respostas anteriores. Cerca de 10% não contribui porque não sabe que sugestões dar, enquanto 4,5%

não querem comentar mensagens, ou não gostam de o fazer. Devemos considerar ainda a percentagem de 4% dos alunos que alega ter falta de tempo, em *ex aequo* com os que tem pouco interesse no blogue e que por esse motivo não participam, não frequentam e não querem contribuir dessa forma. Apenas 3% dos alunos considera bom participar, dar sugestões, porque assim podem ajudar o blogue a ser mais apelativo.

Os professores bibliotecários responsáveis pelo blogue também foram levados a refletir nas razões pelas quais os alunos, na sua maioria, não davam sugestões, mas não apresentam razões para tal facto. Alguns professores alegaram que os comentários são feitos verbalmente na relação quotidiana e que os alunos optam por não deixar essa marca por escrito.

Se os professores bibliotecários responsáveis pelo blogue gerirem o seu tempo entre as tarefas que lhe são solicitadas, poderá ser feito um trabalho junto dos alunos de divulgação do mesmo, de consciencialização da sua importância e da necessidade de participarem mais ativamente, o que, se as mensagens forem diretivas, poderá dar frutos a longo prazo.

Tentámos na **pergunta número 11**, cujos dados estão espelhados no **gráfico 17**, perceber como é que os alunos tomaram conhecimento do blogue, lembrando que até agora muitos alunos manifestaram frequentar pouco o blogue. Tornava-se primordial aferir a origem desse conhecimento, sabendo assim onde é que os alunos tomaram conhecimento que a biblioteca tinha um blogue.

A esmagadora maioria dos alunos (cerca de 52%) afirma que foi na própria biblioteca que tomou conhecimento do blogue, enquanto 24% afirmou ter sido outra fonte para além daquelas que eram propostas no questionário (as hipóteses eram: na própria biblioteca, na página da escola, por um amigo ou colega e outro). Analisando a percentagem que respondeu “outro”, percebe-se que esta se subdivide em 53% dos alunos que referiram ter tomado conhecimento do blogue através de professores e 23% dos alunos por contacto direto com o próprio professor bibliotecário responsável pelo blogue. É curioso que cerca de 16% dos alunos referiu ter apenas conhecimento através deste questionário, o que de certa forma corrobora a ideia que os blogues das bibliotecas estão pouco divulgados, subaproveitados, como fonte de interação e divulgação. Os restantes alunos optou por não responder a esta questão.

Na **pergunta 12**, correspondente ao **gráfico 19**, tentámos perceber a frequência com que os alunos consultam o blogue das suas bibliotecas escolares e os resultados apontam para

uma esmagadora maioria (cerca de 63%) que assume frequentar o blogue muito raramente e, a uma distância considerável, os alunos que frequentam o blogue uma vez por semana.

É curioso perceber que a escola a que atribuímos o código B não segue a tendência comum, pois a maioria dos alunos refere consultar o blogue duas a três vezes por semana.

Na **pergunta número 12.1**, o objetivo era aferir a razão para a periodicidade de consulta do blogue, fosse ela positiva ou negativa. Aqui, a maioria dos alunos referiu a falta de tempo e o desinteresse pelo blogue, como as duas razões primordiais para a pouca frequência atrás mencionada.

É importante que os professores bibliotecários usem estas respostas e que façam uma reflexão e avaliação da visibilidade do blogue da sua biblioteca, de uma forma autocrítica, de modo a corrigir eventuais defeitos de conceção do mesmo, de *design* e de interação com os alunos, alterando comportamentos ou fatores que o tornem mais apelativo e que os levem a participar mais ou a angariar novos frequentadores. Acrescentamos ainda o *handicap* de 7,5% dos alunos que não frequenta a *Internet* e/ou não têm computador pessoal em casa. Sabemos que houve um incremento de computadores nas escolas portuguesas, através do projeto E-escolas, com o qual muitos alunos tiveram possibilidade de adquirir portáteis a preços muito convidativos e a que, em muitos casos, está associada uma *pen* de acesso à *Internet* cujo tráfico é lento e limitado, desmotivando os alunos, que acabam por hierarquizar os acessos, cedendo aos apelos de outras redes sociais, como outros blogues ou o *Facebook*. Contudo, esta possibilidade de acesso à *Internet* tem reflexos na **pergunta número 13 (gráfico 21)**, "Onde consultas o blogue da biblioteca?", em que alunos podiam assinalar mais do que uma resposta, revela que estes acedem ao blogue da biblioteca em mais de um local, fazendo-o de um modo geral e maioritariamente nos computadores da biblioteca, mas também em casa nos seus computadores pessoais.

A propósito deste assunto, a **pergunta número 24 do questionário aos professores bibliotecários** tentava aferir se o facto de haver um blogue obrigava a ter mais computadores na Biblioteca Escolar. A maioria das respostas (60%) dos professores bibliotecários aponta para o facto de não serem necessários mais computadores por existir um blogue na biblioteca, talvez porque os responsáveis pelo blogue publiquem as suas mensagens fora do horário escolar, nos seus tempos não letivos, pelo que não ocupam os computadores que estão disponíveis para os alunos. Por norma, há sempre um computador de atendimento que os professores bibliotecários usam para os seus trabalhos de catalogação, classificação de documentos e também monitorização e atualização do blogue, pelo que é seguro concluir que

o facto de haver um blogue não tem relação direta com a necessidade de aumentar o número de computadores na Biblioteca Escolar.

A **pergunta número 15 do questionário aos professores bibliotecários** tentava perceber as razões pelas quais havia alunos que não frequentavam o blogue da biblioteca e se essa questão era alvo de preocupação dos professores. A maioria dos professores afirma pensar nas eventuais razões e apenas 7% dos professores mostrou ficar indiferente a essa questão. Tendo sido levados a expor essas mesmas razões, os docentes referem que estas passam pela falta de divulgação do mesmo, o que também já tinha sido referido pelos alunos, e consequentemente o desconhecimento das mensagens publicadas, bem como falta de motivação dos professores no incentivo aos alunos para acompanharem o blogue.

A propósito da questão anterior, na **pergunta número 19 do questionário aos professores bibliotecários**, estes foram levados a refletir sobre que ações poderiam fazer para aumentar o número de visitantes do blogue da biblioteca, uma vez que cerca de 87% dos professores afirmam que tem essa preocupação e apenas 13% dos professores não dá relevância a esse facto. Foram ainda confrontados sobre o tipo de ações pensam aplicar para trazer novos frequentadores do blogue. A maioria dos professores manifestou que pretendia uma maior divulgação do blogue junto da comunidade escolar e tendo em conta que os alunos focaram por diversas vezes ao longo das suas respostas a fraca divulgação do blogue da biblioteca sua escola, pode ser uma boa ação para acrescentar o número de visitantes do blogue. Alguns professores alvitram ainda que tentarão dar ao blogue uma vertente marcadamente lúdica, com dinâmicas de passatempos e jogos, enquanto outros docentes apostarão num concurso de comentários que, para além de inovador, tem também um carácter interventivo/participativo, mostrando assim blogues abertos à interação entre a equipa responsável e os alunos. O concurso de comentários é sem dúvida uma ideia original e que tem larga probabilidade de ser funcional e apelativo. Para dar uma maior visibilidade à biblioteca e ao blogue em especial, poder-se-á recorrer ainda à abertura da biblioteca em horário pós-letivo, com o intuito de oferecer à comunidade leitora um espaço onde é possível receber os alunos e os encarregados de educação, de forma a que estes tomem conhecimento dos recursos da biblioteca e que os computadores estejam ligados com a página do blogue aberta como forma de divulgação do mesmo, aproveitando essa ocasião para divulgação do mesmo e apelo às participações através de comentários às mensagens publicadas, a sugestões de temas a serem tratados.

Na **pergunta número 20 do questionário de professores bibliotecários**, “Que razão encontra para não ter mais visitantes no blogue da biblioteca? ”, a resposta mais utilizada pelos docentes foi o interesse dos alunos noutras redes sociais. Cerca de 33% dos alunos prefere o *Facebook* e/ou outras redes, acabando por retirar visitantes ao blogue. A segunda maior fatia de respostas a esta pergunta aponta para professores que não respondem a esta questão, talvez por não intuírem a resposta. A terceira opção mais votada é a falta de *marketing*, isto é, os professores apontam a falta de divulgação do blogue para o facto de não haver mais visitantes. Em igualdade de percentagem estão os professores que entendem que o blogue já tem o número suficiente de visitantes, não valorizando a questão. O sucesso do responsável pelo blogue passa pela evolução do mesmo a nível de conteúdos e também a nível de visitantes. Cerca de 7% dos professores bibliotecários alega que muitos dos alunos não vistam o blogue da biblioteca por falta de tempo, uma vez que reconhecem que os alunos têm um largo leque de disciplinas que os absorve ao longo do dia, restando pouco tempo para se ocuparem com a *Internet*. As solicitações das redes sociais é muita e a pesquisa do blogue, que tem a conotação com a escola, só é feita por motivação extrínseca, para além dos alunos que nem sequer têm acesso à *Internet*.

É bom sinal que os professores bibliotecários se apercebam do papel do *Facebook* na vida social dos nossos alunos e não é de espantar que na **pergunta 21 do questionário aos professores bibliotecários**, onde se aferia se para além do blogue da biblioteca usavam outra rede social, nomeadamente o *Facebook* ou o *Twitter*, cerca de 73% tenha afirmado que usa essas redes sociais bem como o *Youtube*. Dada a relevância do *Facebook* na vida dos nossos alunos, não se lhe pode atribuir um papel de inimigo, mas sim tentar reverter essa situação ao aproveitar as suas potencialidades em favor da biblioteca e da promoção da leitura. Nas escolas onde foi confirmado o uso dessas redes sociais, vemos que a hegemonia do *Facebook* em relação às outras duas redes mencionadas é esmagadora (83%). É muito importante, sobretudo se os blogues das bibliotecas estiverem alojados no *Blogger.com* e no *Wordpress*, que os professores responsáveis pelos mesmos possam utilizar a aplicação de partilha direta com o *Facebook*, rentabilizando assim o esforço realizado na publicação e provavelmente aumentará o sucesso, uma vez que alguns alunos mais facilmente partilharão com outros colegas e amigos, ou simplesmente usem a opção “Gosto/*Like*”.

Na **pergunta número 14** (dados representados no **gráfico número 22**) os alunos davam as suas opiniões sobre o facto de o blogue estar sobretudo dirigido a alunos ou professores e a esmagadora maioria, cerca de 74%, considera que o blogue está mais

direcionado para alunos. Esta questão foi também abordada na **pergunta número 4 do questionário aos professores bibliotecários**. A **análise do gráfico 40** faz perceber que a maioria das respostas, mais de 70%, aponta o blogue como ferramenta essencialmente direcionado para crianças e jovens e cerca de 30% das respostas que aponta para o blogue destinado a adultos. Não são de espantar estes resultados, uma vez que por muito que os professores bibliotecários quisessem utilizar o blogue da biblioteca como ferramenta pedagógica de auxílio para os docentes dos vários departamentos, nunca poderiam deixar de eleger os alunos como o seu público-alvo maioritário. Os alunos são a razão da existência da escola e sem eles não faria sentido um blogue de uma Biblioteca Escolar. De certa maneira, o responsável pelo blogue, continuando a considerar os alunos como foco essencial, pode não pretender um blogue única e exclusivamente para eles, mas também potenciá-lo como ferramenta de apoio letivo, sendo uma fonte de soluções para os docentes.

Na **pergunta número 15 (gráfico 23)** tentámos perceber se o blogue já tinha funcionado como ferramenta de *marketing*, ou como elemento difusor de sugestões de leitura, isto é, se os alunos já tinham requisitado ou consultado um livro pelo facto de o terem visto divulgado no blogue. Aparentemente, esta mais valia fica um pouco aquém do que seria exetável. De facto, mais de 70% dos alunos considera que não foi pelo facto de determinados livros estarem ou não divulgados no blogue que fez com que os requisitassem ou consultassem. Em muitas escolas, analisando os resultados desta pergunta a nível de escola per si, a maioria dos alunos respondeu que nunca veio à biblioteca requisitar um livro pelo facto de o ter visto no blogue, uma vez que esta percentagem foi de 100%. Porém, é curioso referir que na escola a que atribuímos o código I, na maioria das respostas os alunos consideram que o blogue já teve o seu efeito de difusão informação, fazendo com que eles tivessem o impulso de requisitar um livro após a divulgação no blogue da biblioteca.

A **pergunta 16 do questionário aos alunos (gráfico 24)** abordava a questão se alguma vez os alunos tinham ido à Biblioteca Escolar após uma qualquer visualização de uma mensagem no blogue. Se fizermos a comparação com a pergunta anterior verificamos que o blogue funcionou mais como elemento que estimula uma visita à biblioteca, superior ao impulso de requisitar um livro, pois cerca de 30% dos alunos declararam que já tiveram vontade de ir à biblioteca após terem lido uma publicação no blogue da biblioteca, mas por analogia não requisitaram livros.

Quando analisamos os resultados individuais de cada escola, apercebemo-nos que as escolas B, D e I têm uma maioria de alunos que afirmam ter tido vontade de visitar a

biblioteca, motivados pelo blogue da escola. A escola C também se destaca, mas desta feita pela negativa, uma vez que a totalidade dos alunos referiu nunca ter tido o impulso de ir à biblioteca, motivados pelo blogue.

A **décima sétima pergunta**, “Já tomaste conhecimento de alguma atividade realizada pela ou na biblioteca?”, (**gráfico número 25**) é uma das quatro que pretendia testar as potencialidades do blogue como elemento difusor de informação e como ferramenta de *marketing*. Aqui as respostas foram bem mais positivas do que as duas anteriores. A maioria dos alunos afirmou que já teve conhecimento de alguma atividade através do blogue. Quando analisamos as respostas a esta pergunta, individualmente por escola, vemos que há resultados de alguma forma contraditórios em relação à média da percentagem geral (50,1%) de alunos que assumiram ter conhecimento de atividades realizadas pela biblioteca através do blogue, nomeadamente nas escolas a que atribuímos o código A, E, G, M e N, onde a maioria dos alunos revela não terem tido esse conhecimento pelo blogue.

A **décima oitava pergunta** (dados representados no **gráfico 26**) visava a perceção se o blogue tinha funcionado como elemento de motivação para uma maior frequência na biblioteca. Aqui mais de 65% dos alunos respondeu que o blogue não tinha influência numa frequência mais assídua da biblioteca. Porém, existem as exceções das escolas a que atribuímos o código E, L e N, onde a maioria dos alunos não confirmam a tendência geral e a totalidade das respostas apontam para alunos que não viram o blogue como um elemento motivador para uma presença mais assídua na Biblioteca Escolar.

Até à resposta à **pergunta 19**, já houve neste capítulo da interpretação dos dados recolhidos, respostas que suscitavam uma reflexão por parte dos professores bibliotecários sobre as suas ações e possíveis tomadas de consciência da relação causa/efeito relativamente à conceção do blogue e possíveis alterações de comportamentos que conduzam a uma maior interação com os alunos. Contudo, a análise do **gráfico 27**, em relação aos dados desta pergunta, mostra as duas respostas mais usadas em relação à opinião dos alunos sobre o blogue da biblioteca: (com mais de 45%) interessante e (com mais de 21%) muito interessante. Estas respostas são motivo de orgulho e reconhecimento pelo esforço e dedicação dos professores bibliotecários que se empenham ativamente, estando em sintonia com as necessidades e interesses dos alunos, usando o blogue como forma de envolver a comunidade escolar, o que se reflete na opinião geral do blogue. No entanto, analisando o resultado individual de cada escola relativamente a esta pergunta, há algumas escolas com resultados um pouco diferentes da média geral. A escola a que atribuímos o código E tem uma

maioria de alunos que considera o blogue nada interessante, seguida de perto por uma percentagem que segue a tendência de considerar o blogue interessante. É de salientar que talvez seja importante a equipa da biblioteca com o código E debruçar-se sobre as razões dos maus resultados.

Com a **pergunta número 20** tentámos perceber o que era o blogue para os alunos e as duas respostas mais votadas foram: a visão de que o blogue é “uma forma de saber o que se passa na biblioteca” e “uma forma de conhecer os recursos da biblioteca”, em contradição com as respostas menos votadas: “uma moda passageira” ou “uma forma de contactar os responsáveis pela biblioteca”. É assim notório que o potencial informativo do blogue tem um peso bastante importante para os alunos, que veem esta ferramenta como forma de saberem as últimas novidades da escola e da biblioteca. A segunda opção mais votada, “uma forma de conhecer os recursos da biblioteca”, significa que os alunos veem o blogue como forma de conhecerem o acervo e os recursos da biblioteca (livros, DVDs, CD-Rom's, CD-Áudio, Jogos, material áudio-visual, entre outros). Analisando as respostas a esta pergunta de uma forma mais individual, aferimos que na escola com o código C a maioria das respostas foge da tendência geral, uma vez que a resposta mais votada foi que os alunos viam o blogue como “uma moda passageira”. Há ainda quatro escolas (G, N, L e O) onde a maioria dos alunos deu maior ênfase à categoria “uma forma de conhecer melhor os recursos da biblioteca”.

A **questão número 21 do questionário aos alunos** era composto por um conjunto de cinco afirmações que tentavam aferir a opinião dos alunos sobre os conteúdos do blogue da Biblioteca Escolar. Os alunos tinham que assinalar a sua concordância ou discordância em relação às afirmações apresentadas.

Da análise dos resultados da primeira afirmação, verificamos que a maioria dos alunos (cerca de 64%) pensa que o blogue serve para aumentar o número de livros que os alunos leem, embora analisando os resultados a nível individual, escola a escola, a escola com o código E tenha discordado da tendência geral. Esta exceção deverá ser tida em conta pelos responsáveis do blogue da escola, no sentido em que é visível o sucesso dos blogues nesta área, menos nesta escola, havendo por isso que identificar esta lacuna de comunicação.

Na afirmação seguinte tentamos perceber se o blogue contribui para aumentar o número de utilizadores da biblioteca e a maioria, cerca de 66%, concorda que promove.

A terceira afirmação deste grupo mostra um resultado mais expressivo. Pretendia-se saber se o blogue da biblioteca tem algum tipo de contribuição para aumentar a participação

dos alunos nas atividades da biblioteca. Aqui mais uma vez os alunos (cerca de 77%) responderam que concordam.

A quarta afirmação obteve um resultado menos expressivo, mas ainda assim positivo. Aferia-se a perceção dos alunos sobre se o blogue da biblioteca tem alguma contribuição para aumentar o sucesso educativo. Mais uma vez as respostas são bastante positivas, cerca de 62% dos alunos pensam que o blogue tem esse poder.

A última afirmação deste grupo, a quinta, tentava perceber se o blogue melhora a comunicação com os seus utilizadores. O resultado foi claramente positivo, com 73% de respostas de concordância.

Relativamente à **pergunta número 1 do questionário de professores bibliotecários**, (dados representados no **gráfico 37**) que questionava há quanto tempo tinha sido criado o blogue da biblioteca, percebemos que a grande maioria das respostas, com a percentagem de 74%, é relativa a blogues que foram criados no espaço de tempo entre dois e quatro anos e só cerca de 20% dos blogues existem há cinco/sete anos. A percentagem menor (7%) é relativa a blogues que foram criados durante o ano letivo 2010-2011. Não há nenhuma referência a blogues com mais de 8 anos.

A **pergunta número 2 do questionário dos responsáveis pelos blogues**, cujos dados se encontram representados no **gráfico 38**, tentava indagar se os inquiridos tinham feito parte da equipa de criação do blogue. As respostas apontam para um resultado afirmativo com uma esmagadora maioria de 80% das respostas. Este aspeto é muito importante, pois fazer parte da equipa de criação de um blogue pode eventualmente trazer um sentimento de pertença e uma maior identificação com o mesmo.

A **pergunta número 3 (gráfico 39) dos professores bibliotecários**, “Com que objetivo foi criado o blogue da Biblioteca Escolar?”, o maior número de respostas, cerca de 40%, identifica o blogue como uma tentativa de dar maior visibilidade à Biblioteca Escolar. Em segundo lugar, cerca de 30%, aponta o blogue como elemento facilitador da comunicação entre a comunidade escolar. A terceira opção mais votada refere a divulgação da coleção como ponto forte do blogue. Por fim, cerca de 15% dos professores bibliotecários referiram outros objetivos, nomeadamente a divulgação de trabalhos de alunos, promover a leitura, ou ainda o facto de o blogue ter sido fruto de uma ação de formação continua realizada pelo professor bibliotecário no âmbito do modelo de autoavaliação das bibliotecas escolares, tendo o responsável pretendido dar-lhe continuidade.

Percebe-se os que os professores têm consciência de que estes jovens em idade escolar são nativos digitais, que se “movem” na *Internet* com capacidades inatas, e o blogue é uma forma de interação que lhes é gratificante, pois navegam, interagem e aprendem, servindo ao mesmo tempo para dar uma maior visibilidade à Biblioteca Escolar e potenciar novos utilizadores da biblioteca. Os professores reconhecem também que o blogue é uma forma de facilitar a comunicação através da divulgação de trabalhos, atividades e diversos conteúdos.

A análise da **pergunta número 5 do questionário aos professores bibliotecários (gráfico 41)**, “Quais as potencialidades do blogue da Biblioteca Escolar?”, aponta para respostas que são de facto muito coincidentes com a resposta **número 3** deste mesmo questionário: em primeiro lugar, com cerca de 40%, apresenta a resposta “a potencialidade do blogue é para dar maior visibilidade à Biblioteca Escolar”, em segundo lugar, tal como na pergunta 3, facilita a comunicação com a comunidade escolar e a terceira opção refere a divulgação da coleção e do acervo da biblioteca. Cerca de 11% dos professores bibliotecários veem o blogue como uma ferramenta de trabalho colaborativo entre docentes e alunos, divulgação de trabalhos, divulgação de atividades dinamizadas na Biblioteca Escolar e por outros departamentos, bem como a promoção da leitura.

Na **pergunta número 6 do questionário aos professores bibliotecários**, “Quais as dificuldades que sente enquanto responsável pelo blogue?” (dados representados no **gráfico 42**), mostra claramente que cerca de 60% dos inquiridos lutam com a falta de tempo para as atividades que deles são esperadas e presentes na legislação que regula a figura do professor bibliotecário⁴². No entanto, a segunda dificuldade mencionada é a ausência de *feedback*, correlacionada com a representação do **gráfico 12 do questionário aos alunos** em que a maioria dos discentes manifesta que não costuma comentar as publicações no blogue. Ficou visível que esta manifesta ausência de *feedback* é um *handicap* que trava a interação, pois os responsáveis pelos blogues podem pôr em causa se devem prosseguir o seu trabalho nos mesmos moldes, se a metodologia é a mais adequada, se as orientações são as mais corretas para aquele público-alvo, ou não. As outras duas respostas mencionadas com cerca de 5% são por um lado dificuldade por parte dos alunos no acesso à *Internet* e a falta de colaboração dos alunos e professores na tarefa.

Lembramos que, de entre os blogues estudados, há dois pertencentes a bibliotecas de escolas do 1º Ciclo e nem todas as escolas têm os computadores em funcionamento, havendo dificuldade de acesso à *Internet*. As escolas de 2º e 3º Ciclos e de Ensino Secundário tiveram

⁴² Portaria 756/2009 de 14 de julho e Portaria n.º 76/2011 de 15 de fevereiro

recentemente, de um modo geral, as suas instalações renovadas e melhoradas, inclusivamente na parte informática, mas as instituições de 1º Ciclo lutam com maiores dificuldades e o parque informático destas escolas é muitas vezes diminuto, antiquado e nem sempre adequado às necessidades. Outra resposta apresentada pelos responsáveis dos blogues como dificuldade é a colaboração entre alunos e professores no blogue, o que de uma certa maneira entronca com a falta de tempo, que seria minimizada se o blogue fosse alimentado pela interação de alunos responsáveis e de outros professores que tenham horas não letivas, que demonstrem capacidade e conhecimento para uma gestão mais eficiente do blogue.

Com a **pergunta 7** (dados representados no **gráfico 43**) pretendíamos saber se havia uma linha de orientação para a publicação de mensagens nos blogues das bibliotecas escolares. A maioria dos professores inquiridos, cerca de 80% afirma que existe esse fio condutor de publicação. É imperioso e essencial que assim seja. O blogue da biblioteca identifica e espelha a realidade da escola em geral e da biblioteca em particular e os utilizadores procuram uma realidade específica com que se identificam. Estas diretrizes são tão mais necessárias quando existe uma equipa de professores responsáveis a gerir o blogue, sendo que, naturalmente, personalidades diferentes dão relevância a temas diferentes que podem provocar ruído junto do público-alvo. A gestão do blogue por pessoas diferentes, ou não, requer um fio condutor e objetivos delineados para não se correr o risco de as mensagens publicadas divergirem da raiz e perder-se a imagem de continuidade que personaliza o blogue.

Os resultados da pergunta acima tratada vão ao encontro da **pergunta número 16 do questionário aos professores bibliotecários** (dados representados no **gráfico 52**) que pretendia aferir se os responsáveis pelas publicações nos blogues das bibliotecas escolares tinham uma planificação do que era publicado. A maioria dos professores inquiridos assume a não existência dessa planificação, o que parece ser uma contradição com o facto de haver objetivos delineados para a publicação de mensagens nos blogues. De alguma forma, esta ausência pode ser preocupante, nomeadamente em escolas em que há mais de um professor responsável pelo blogue, correndo o risco de se enveredar por assuntos repetidos ou desadequados às faixas etárias do público-alvo, perspetivas diferentes que desemboquem em panólias de assuntos que provoquem ruído nos alunos.

A análise dos resultados das respostas à **pergunta número 22 do questionário de professores bibliotecários**, “Pensa que o blogue da biblioteca traz novos utilizadores à biblioteca?”, mostra que cerca de 53% dos professores afirma que não vê esta ferramenta com esse potencial e apenas 40% afirma que o blogue tem capacidade de trazer mais visitantes ao

blogue. Os restantes professores (7%) optou por não responder. A resposta mais votada pode ter por base a perceção que o blogue é menos visitado que outras redes sociais, daí que a publicação do blogue da biblioteca com partilha no *Facebook* seja uma mais-valia, reconhecendo que este é um espaço de eleição da comunidade estudantil.

A **pergunta 23** tentava aferir se os professores bibliotecários fazem ou já fizeram estudos sobre os utilizadores das bibliotecas. A maioria dos professores, cerca de 80%, afirma que estes estudos já foram feitos, o que demonstra que os responsáveis pelos blogues estão atentos às reais necessidades dos alunos, numa tentativa de tentar adequar o seu esforço à população alvo, numa atitude assertiva. Ainda na mesma pergunta, tentámos perceber quais os objetivos dos estudos feitos para as necessidades dos utilizadores.

A esmagadora maioria das respostas aponta para os objetivos dos estudos serem de avaliação dos serviços da Biblioteca Escolar. É possível que os estudos tenham sido feitos no âmbito do modelo de autoavaliação das bibliotecas escolares, uma vez que todas as bibliotecas, envolvidas na rede das bibliotecas escolares, têm de utilizar o referido modelo para a aferição da qualidade dos serviços prestados. Há ainda a referir cerca de 25% das respostas que aponta para estudos relacionados com a política de desenvolvimento da coleção, isto é, com base numa gestão financeira, adquirir recursos que possam fazer face às necessidades dos alunos.

Conclusão

Após a revisão da literatura que serviu de base ao nosso estudo e dos capítulos de apresentação e de interpretação dos dados recolhidos através dos questionários aos alunos das quinze escolas com os blogues com maior número de mensagens entre o período de tempo compreendido entre janeiro de 2010 e março de 2011 e aos professores bibliotecários responsáveis pelos blogues referidos, passaremos a apresentar as conclusões do nosso trabalho com base nas questões de partida referidas na introdução.

O objetivo geral da nossa investigação era compreender se as bibliotecas escolares utilizam algumas técnicas de *marketing*, e em particular, o blogue enquanto ferramenta de *marketing* e ainda, em que termos é que essa utilização se demonstra relevante no sucesso da biblioteca, ou seja, se os utilizadores da biblioteca e frequentadores do blogue estão satisfeitos com as informações prestadas e se as mesmas lhes são úteis.

Tendo em conta a nossa **primeira pergunta de partida: “1.Quais os objetivos dos blogues das bibliotecas escolares e temas predominantemente publicados?”**, concluímos que a intenção dos professores bibliotecários responsáveis pelos blogues, ao criarem os mesmos, era fazerem a partilha de notícias atualizadas, sobretudo de atividades dinamizadas na biblioteca ou na escola, de darem sugestões de leituras e informações das recentes aquisições e tornarem-nos assim, espaços de divulgação e de promoção da leitura e um elemento facilitador da comunicação entre a comunidade escolar.

Há uma convergência de opiniões entre os alunos e os professores inquiridos, sobre o facto de os blogues das bibliotecas estarem direccionados para os discentes como público-alvo maioritário. Este resultado não é de estranhar, pois os alunos são a razão primordial de uma escola e sem eles não faria sentido uma biblioteca escolar. Contudo, como já é preocupação de alguns dos responsáveis inquiridos não é de descartar o blogue como uma ferramenta pedagógica que possa funcionar como um auxílio aos docentes dos vários departamentos. É de salientar que a maioria dos professores responsáveis inquiridos pertenceu à equipa de criação do blogue, o que de alguma forma pode trazer um sentimento positivo de pertença em relação a este, tornando-o uma prioridade de entre as tarefas que são pedidas aos professores bibliotecários.

No que diz respeito à nossa **segunda pergunta de partida: “2.Quais as opiniões dos alunos sobre o blogue e interações existentes entre estes e os responsáveis do mesmo?”**, podemos concluir que essencialmente, os alunos veem as bibliotecas escolares em geral, e o

blogues das mesmas em particular, como uma fonte de informação e não pretendem despende tempo em contribuições, sugestões de temas e comentários, ocupando o seu tempo com interações em outras redes sociais, em especial no *Facebook*, que acaba por ter um papel primordial nos jovens de hoje em dia. Esta situação está também relacionada com o nível de frequência do blogue que é baixo. Os alunos privilegiam a relação humana e direta com os professores bibliotecários e funcionários da biblioteca e muitas vezes os *feedbacks* vão surgindo oralmente, através de comentários.

No que diz respeito à **terceira pergunta de partida deste estudo: “3. Os professores responsáveis pelos blogues consideram-nos uma ferramenta de marketing?”** podemos concluir que a maioria dos professores bibliotecários considera o blogue um elemento facilitador da comunicação entre a comunidade escolar, um espaço de divulgação de notícias atualizadas de atividades, de promoção de leitura e de informações sobre o acervo.

Contudo, os professores bibliotecários têm consciência da pouca frequência por parte dos alunos do blogue e da ausência de *feedback* do seu trabalho no mesmo, uma vez que aqueles não comentam as informações publicadas. Essa fraca interação juntamente com a falta de tempo para gerir as atividades que são esperadas dos professores bibliotecários e que estão presentes na legislação que regula esta figura, foram as maiores dificuldades mencionadas no cumprimento das suas funções. Apesar de os alunos entenderem que o blogue é pouco divulgado, concluímos que a maior parte tomou conhecimento desta rede social através da própria biblioteca, seguida de uma percentagem de alunos que tomou conhecimento através de outros professores e/ou professor bibliotecário.

No que diz respeito ao conhecimento do blogue por parte dos alunos, estes entendem que é pouco divulgado, mas verificamos que a maioria teve como fonte de informação a própria biblioteca, os professores e o professor bibliotecário em especial.

Relativamente à nossa **quarta pergunta de partida: “4. As estratégias de marketing são aplicadas de forma *ad-hoc*, ou planificadas e sustentadas numa base de plano de ação plurianual?”** podemos concluir que a maioria dos professores responsáveis pelos blogues tem presente os objetivos com que os mesmos foram criados, mas não tem uma planificação das informações publicadas. As respostas indicam que há uma linha de orientação para a publicação das mensagens nos blogues das bibliotecas escolares, debatida em equipa, sempre que possível, apenas em escolas do segundo e terceiro ciclos ou nas escolas secundárias, pois nas escolas do primeiro ciclo, por norma, não há funcionários destacados para a biblioteca e muito menos docentes para além do professor responsável.

Os professores bibliotecários afirmam que gostariam de executar ações passíveis de angariar mais utilizadores para a biblioteca e visitantes ao blogue através de ações de divulgação direta junto da comunidade escolar e alterações no próprio blogue, favorecendo uma vertente mais lúdica, com passatempos e jogos.

No que diz respeito à **quinta pergunta de partida da nossa investigação: “5. As bibliotecas escolares fazem estudos para identificação de interesses e necessidades, por forma a adequar o blogue ao seu público-alvo?”** podemos concluir que a maioria dos professores inquiridos afirma que realizou estudos aos utilizadores das bibliotecas, demonstrando uma preocupação com as reais necessidades dos alunos. Os objetivos dos estudos são a aferição dos serviços prestados, bem como as questões no âmbito do desenvolvimento da coleção, tentando assim fazer uma boa gestão financeira e adquirindo os recursos que vão ao encontro das necessidades dos alunos. É possível que sejam estudos no âmbito do modelo da autoavaliação das bibliotecas escolares, pois enquanto bibliotecas inseridas na Rede de Bibliotecas Escolares são obrigadas a utilizar esse modelo.

No que concerne à **sexta pergunta de partida: “6. O uso da ferramenta blogue tem influência direta no sucesso da biblioteca/comunidade escolar?”** podemos concluir que os resultados não foram os mais desejáveis, nem confirmaram completamente a realidade expectável. Assim, verifica-se que o blogue não cumpre o papel de elemento difusor de sugestões de leitura, para a maioria dos alunos, apesar destes acreditarem que o poderia fazer. Ao invés, o blogue funciona melhor como impulsionador de visitas à biblioteca escolar, apesar de os alunos não lhe atribuírem verdadeiramente esse papel. A maior parte dos alunos acredita ainda que o blogue contribui, em termos gerais, para aumentar o número de utilizadores da biblioteca, o grau de participação em atividades da mesma, o sucesso educativo dos alunos e que melhora a comunicação entre as bibliotecas e os seus utilizadores. No entanto, quando confrontados com a sua experiência pessoal, os resultados já não são tão satisfatórios. Acrescentamos ainda, que apesar dos níveis de frequência dos blogues serem baixos, as opiniões dos alunos sobre os mesmos são “interessante” e em segundo lugar “muito interessante”, o que acaba por ser um motivo de orgulho para os responsáveis dos mesmos e reconhecimento do seu esforço, dedicação e empenho.

É visível que os alunos acreditam nas potencialidades do blogue e é curioso perceber que a maioria dos professores bibliotecários não concorda que o blogue possa trazer novos utilizadores à biblioteca, tendo por base os níveis de frequência do blogue e à biblioteca por parte dos alunos, mas são dados que merecem uma reflexão, pois se os próprios professores

bibliotecários não acreditam tanto quanto os alunos nesta ferramenta enquanto elemento de motivação e divulgação, não será possível atingir os objetivos delineados.

No entanto, a falta de participação dos alunos pode ser, em muitos casos, por desconhecimento e não necessariamente por desinteresse. Cabe à equipa responsável pelo blogue direccionar a informação de modo a mostrar aos alunos da escola e aos seus encarregados de educação que o blogue é uma ferramenta de ligação recíproca entre a biblioteca e os seus visitantes e que com uma atitude de abertura à comunidade de leitura e frequentadores da biblioteca, possam interagir, para garantir sugestões, aproveitando o sentido crítico dos jovens, para além da perceção natural de quais os temas que são interessantes para a sua faixa etária e que motivarão a participação e divulgação entre os seus pares.

Considerações finais

É relevante salientar o facto de que muitos dos responsáveis pelos blogues estudados nos tenham solicitado para, quando terminássemos a investigação, lhes fornecêssemos os resultados das suas escolas e os resultados gerais, mesmo que salvaguardando o anonimato das escolas, como estratégia de *benchmarking*, comparando assim as diversas realidades das bibliotecas do distrito de Lisboa, que era o âmago deste estudo. Estes são estudos úteis e que os responsáveis dos blogues não fazem especialmente por dificuldades de gestão de tempo.

Apesar da informação publicada nos blogues escolares ser controlada por docentes e ser constituída essencialmente por aspetos culturais e pedagógicos, não podemos esquecer os aspetos negativos relacionados com o mundo da *Internet*, em geral, e dos blogues, em particular, ou seja, a passagem de informação negativa. O *cyberbullying* ou o *bullying* digital é uma realidade na *Internet* hoje em dia e os autores que se escondem muitas vezes no anonimato, podem deixar nas suas vítimas consequências, sobretudo a nível psicológico.

Tendo em conta as opiniões favoráveis dos alunos sobre as potencialidades dos blogues das bibliotecas escolares, sugere-se que estas e outras redes sociais sejam cada vez mais implementadas nas escolas portuguesas e que os professores responsáveis estimulem cada vez mais o diálogo com a comunidade educativa através destas ferramentas, aproveitando as dinâmicas que podem ser criadas para uma maior aproximação dos interesses e necessidades dos reais e potenciais utilizadores das bibliotecas.

Seria muito pertinente, que partindo desta investigação restrita ao distrito de Lisboa, se pudesse comparar os resultados de investigações similares em blogues de bibliotecas

escolares de outros distritos de Portugal e, eventualmente, estabelecer correlações com as tipologias de escolas e / ou estratos sócio-económicos das escolas envolvidas.

Bibliografia

ALVES, Caetano; BANDEIRA, Sílvia - **Dicionário de Marketing**. 3.^a ed. Lisboa: Edições I.P.A.M., 2001. ISBN 9789728641023

BELL, Judith – **Investigação: um guia para pesquisa em ciências sociais e de educação**. Revisão técnica José Machado Pais. 4.^a ed. Lisboa: Gradiva, 2002. ISBN 972-662-524-6

BLOOD, Rebecca - **O Livro de Bolso do Weblog**. 1.^a ed. Porto: Campo das Letras – Editores S.A, 2004. ISBN 972-610-773-3

BONNANO, Karen – **How to have a successful school library blog** [Em linha]. [Consult. 2010-12-12], 2009. Disponível em WWW: <URL: http://www.schoollibrarymanagement.com/downloads/school_library_blog.pdf>

BOYER, Marc-André – **Panorama da Gestão: marketing, produção, finanças, recursos humanos, estratégia**. Barcelos: Civilização Editora, 2001. ISBN 972-26-1547-5

BRITO, Carlos Melo – **Os Horizontes do Marketing**. 1.^a ed. Lisboa: Verbo, 2001. ISBN 9789722220101

BUSINESS EDITORS / HIGH-TECH WRITERS - **The Blogging Iceberg**. Business Wire [Em linha]. [Consult. 2011-01-12], 2003. Disponível em WWW: <URL: http://findarticles.com/p/articles/mi_m0EIN/is_2003_Oct_6/ai_108559565/>

CALABRESE, Alice - **Marketing Action Planning: The Untold Story** [Em linha]. [Consult. 2010-12-23], 1999. Disponível em WWW: <URL: <http://ifl.sagepub.com/content/25/3/159.extract>>

CALÇADA, Teresa; Calixto, José António; Barroso, C. - **Lançar a Rede de Bibliotecas Escolares** [Em linha]. [Consult. 2010-11-21], 1995. Disponível em WWW: <URL:<http://archive.ifla.org/VII/s11/pubs/portug.pdf>>

CALIXTO, José António- **A Biblioteca Escolar e a Sociedade de Informação**. 1ª ed. Lisboa: Caminho, 1996. ISBN 9789722110471

CAYWOOD, Carolyn - **Library Selection Criteria for WWW Resources** [Em linha]. [Consult. 2010-12-29], 1995. Disponível em WWW: <URL: <http://www.keele.org.uk/lt/Internet/criteria.htm>>

COHEN, Laura [et al.] - **Evaluating Web Content** [Em linha]. [Consult. 2010-12-29], 2009. Disponível em WWW: <URL:<http://library.albany.edu/usered/eval/evalweb/>>

CLEMENTE, Luís – **A Biblioteca na Escola: O futuro está lá**. 2ª ed. Lisboa: Sete Caminhos, 2008. ISBN 978-989-602-149-8

CLYDE, Laurel Anne - **Weblogs and Libraries**. Oxford: Chandos Publishing, 2004. ISBN 1843340968

CURLING, Cindy - **A Closer Look at Weblogs**. Law and Technology Resources for Legal Professionals [Em linha]. [Consult. 2010-12-29], 2001. Disponível em WWW: <URL: <http://www.llrx.com/columns/notes46.htm>>

D'AGUIAR, Hazel - **Weblogs: The New Internet Community**. CILIP Update 2.1 [Em linha]. [Consult. 2011-2-12], 2003. Disponível em WWW: <URL: <http://www.cilip.org.uk/publications/1234.htm>>

DESPACHO conjunto nº 111/MEC/87. “D.R. I Série”. 58 (87-03-11)

DESPACHO conjunto nº 872/MEC/01. “D.R. II Série”. 217 (01-07-18)15773

FURTADO, Cassia Cordeiro - **Bibliotecas escolares e web 2.0: revisão da literatura sobre Brasil e Portugal** [Em linha]. [Consult. 2010-11-20], 2009. Disponível em WWW: <URL: <http://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/10888>>

GHIGLIONE, Rodolphe; MATALON, Benjamin – **O inquérito: teoria e prática**. Trad. Conceição Lemos Pires; 3a ed. Oeiras: Celta, 1997. ISBN 972-8027-70-2.

GOMES, Ana Sofia - **Web Trends - 10 Cases Made in Web 2.0**. 1ª ed. Lisboa: Comunicarte Publishing, 2011. ISBN 9789899635913

HAFNER, Katie - **I Link, Therefore I Am: a Web Intellectual's Diary – The New York Times** [Em linha]. [Consult. 2011-01-12], 1999. Disponível em WWW: <URL: <http://www.nytimes.com/library/tech/99/07/circuits/articles/22lemo.html>>

HARDER, Geoffrey; REICHARDT, Randy - **Throw Another Blog on the Wire: Libraries and the Weblogging Phenomena**. Feliciter [Em linha]. [Consult. 2011-02-21], 2003. Disponível em WWW: <URL: <http://www.podbaydoor.com/engine/feliciter.pdf>>

HORROCKS, Nigel – **15 Minutes of Fame**. Australian Net Guide. Setembro 20-27 [Em linha]. [Consult. 2011-01-10], 2003. Disponível em WWW: <URL: http://www.slais.ubc.ca/courses/libr500/05-06-wt2/www/l_wang/ref_notes.htm>

HORTINHA, Joaquim – **E-marketing**. Lisboa: Edições Sílabo, 2001. ISBN 972-618-214-X

KIRK, Elizabeth - **Evaluating Information Found on the Internet** [Em linha]. [consult. 2010-12-29]. Disponível em WWW: <URL: <http://guides.library.jhu.edu/evaluatinginformation>>

KOTLER, Philip; LEVY, Sidney – **Broadening the concept of Marketing** [Em linha]. [Consult. 2010-11-11], 1969. Disponível em WWW: <URL: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/1248740?uid=3738880&uid=2&uid=4&sid=21100791227471>>

KOTLER, Philip; ANDREASEN, Alan – **Strategic marketing for nonprofit organizations**. 5ª Ed. Nova Jersey: Prentice Hall, 1996. ISBN 0-13-232547-0

KOTLER, Philip – **Marketing para o século XXI**. Lisboa: Editorial Presença, 2000. ISBN 0-972-23-2585-X

LÓPES YEPES, José (coord.) – **Manual de información y documentación**. Madrid: Ediciones Pirámide, 1996. ISBN 84-368-0968-8

MILANESE, Luiz. - **O que é biblioteca?**. 5.^a ed. São Paulo: Brasiliense, 1988. (Coleção primeiros passos, 94). ISBN 85-11-01094-7

ORAVA, Hilkka – **Marketing is an attitude of mind**. In “63th IFLA General Conference”, Copenhagen, 1997. München: Saur; IFLA, 2000. 89 p.

PINHEIRO, Carlos – **Biblioteca 2.0** [Em linha]. [Consult. 2010-12-12], 2009. Disponível em WWW: <URL: <http://www.rbe.min-edu.pt/newsletter//np4/511.html>>

PINHEIRO, Carlos – **Bibliotecas escolares em Portugal** [Em linha]. [Consult. 2011-01-25], 2010. Disponível em WWW: <URL: http://revistaeco.cepcordoba.org/index.php?option=com_content&view=article&id=72:bibliotecas-escolares-em-portugal&catid=7:monografico&Itemid=25>

PINTO, Maria Leonor – **O Marketing nas Bibliotecas Públicas Portuguesas**. 1.^aed. Lisboa: Edições Colibri e CIDEHUS-EU, 2007. ISBN 978-972-772-698-1

PINTO, Paixão dos Santos - **Marketing e Relações Públicas nas Bibliotecas Escolares**. Lisboa: Universidade Aberta, 2009. Dissertação de Mestrado.

PORTARIA n.º 756/2009 “**D.R. I Série**”, 134 (2009-07-15) 4448-4491

PORTARIA n.º 76/2011 “**D.R. I Série**”, 32 (2011-02-15) 814

RESOLUÇÃO do Conselho de Ministros n.º **86/2006** “**D.R. I Série**”, 133 (2006-07-12)

RODRIGUES, Ângela Beatriz Luckei - **A Biblioteca Escolar como diferencial na compra dos serviços educacionais** [Em linha]. [Consult. 2010-12-29], 2002. Disponível em WWW: <URL:em <http://gebe.eci.ufmg.br/downloads/322.pdf>>

ROJAS, Peter – **Second Sight**. The Guardian [Em linha]. [Consult. 2011-01-14], 2003. Disponível em WWW: <URL: <http://www.guardian.co.uk/technology/2003/may/01/comment.onlinesupplement>>

SILVA, Lino Moreira - **Bibliotecas Escolares: um contributo para a sua justificação, organização e dinamização**. Braga: Livraria Minho, 2000. ISBN 9789729853210

TUCKMAN, Bruce – **Manual de Investigação em Educação: Como conceber e realizar o processo de investigação em Educação**. 1ª ed. Fundação Calouste Gulbenkian, 2000. ISBN 978-972-310-879-8

THE WEBLOG AWARDS [Em linha]. [Consult. 2011-01-01], 2011. Disponível em WWW: <URL:em <http://2011.bloggi.es/>>

UNESCO - **Manifesto da Biblioteca Escolar da IFLA/UNESCO** [Em linha]. [Consult. 2010-11-20], 1999. Disponível em WWW: <URL:<http://archive.ifla.org/VII/s11/pubs/portug.pdf>>

WERBACH, Kevin - **Triumph of the Weblogs** [Em linha]. [Consult. 2011-01-01], 2001. Disponível em WWW: <URL: http://upenn.academia.edu/KevinWerbach/Papers/1202281/Triumph_of_the_weblogs>

Apêndices

Apêndice I - Questionário a Alunos

Questionário a Alunos

Este questionário faz parte de um trabalho de investigação no âmbito do Mestrado em Ciências da Educação, na Área de Bibliotecas Escolares e Literacias do Século XXI, curso ministrado na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia (ULHT)

O nosso interesse é o de conhecer o eventual impacto do **uso do blogue** nas bibliotecas escolares. Por isso te seleccionámos, enquanto aluno de uma escola com biblioteca escolar com blogue, para responder a este questionário. A tua colaboração é, pois, muito importante.

O questionário organiza-se em duas partes. A primeira recolhe dados sobre a pessoa que responde ao questionário e na segunda parte são feitas algumas perguntas sobre o blogue da tua biblioteca escolar.

O que pretendemos é conhecer a tua experiência pessoal. Por isso, não há respostas certas ou erradas. O que te pedimos é que nos digas qual a tua opinião. O questionário é anónimo, pelo que está assegurada a confidencialidade das informações que deres.

Quando terminares o preenchimento, entrega este questionário ao responsável da biblioteca.

. Coloca uma **(X)** no espaço em branco antes de cada situação.

Exemplo:

☒	Masculino
-------------------------------------	-----------

Obrigado pela tua colaboração.

PARTE I

Caracterização dos Inquiridos:

1. Sexo

☐	Masculino
--------------------------	-----------

☐	Feminino
--------------------------	----------

2. Idade

☐	Menos de 10 anos
☐	12-13 anos
☐	16-18 anos

☐	10-11 anos
☐	14-15 anos
☐	Mais de 18 anos

3. Ciclo que frequentas: (marca com um X a opção correcta)

☐	1º ciclo
☐	3º ciclo

☐	2º ciclo
☐	Secundário

PARTE II

1. A biblioteca escolar da tua escola tem blogue?

☐	Sim
--------------------------	-----

☐	Não
--------------------------	-----

☐	Não sei
--------------------------	---------

2. O que gostas mais no blogue da biblioteca escolar?

3. O que gostas menos no blogue da biblioteca escolar?

4. Quais os temas que são mais frequentemente abordados no blogue da tua biblioteca escolar? Da lista seguinte, escolhe apenas 3 opções no máximo.

☐	Notícias em geral
☐	Notícias sobre actividades da escola

☐	Notícias sobre actividades realizadas na/pela biblioteca
☐	Notícias sobre trabalhos de alunos/professores
☐	Notícias sobre livros
☐	Notícias sobre as novidades adquiridas pela biblioteca
☐	Sugestões de leitura
☐	Sugestões de filmes
☐	Sugestões de recursos digitais
☐	Informações sobre concursos

5. Sabes com que frequência é atualizado o blogue da biblioteca?

☐	Mais do que 1 vez por dia
☐	Todos os dias
☐	2 a 3 vezes por semana
☐	2 a 3 vezes por mês
☐	Menos do que 1 vez por mês
☐	Não sei

6. Sabes o email para contactares diretamente os responsáveis do blogue da biblioteca escolar?

☐	Sim	☐	Não
--------------------------	-----	--------------------------	-----

7. Sabes se são permitidos comentários às mensagens publicadas?

☐	Sim	☐	Não
--------------------------	-----	--------------------------	-----

8. Costumas comentar as mensagens publicadas?

☐	Sim	☐	Não
--------------------------	-----	--------------------------	-----

8.1 Porquê?

9. Os professores costumam responder às mensagens/comentários dos alunos?

☐	Sim	☐	Não	☐	Não sei
--------------------------	-----	--------------------------	-----	--------------------------	---------

10. Costumas dar sugestões de temas para publicar no blogue? Porquê?

☐	Sim	☐	Não
--------------------------	-----	--------------------------	-----

11. Como tomaste conhecimento do blogue da biblioteca?

☐	Na própria biblioteca
☐	Na página da escola
☐	Por um amigo/colega
☐	Outro...

Se respondeste “Outro”, indica onde: _____

12. Com que frequência consultas o blogue da biblioteca?

☐	Todos os dias
☐	2 a 3 vezes por semana
☐	Uma vez por semana
☐	Muito raramente

Porquê? _____

13. Onde consultas o blogue da biblioteca? Podes assinalar mais do que uma resposta.

☐	No computador de casa
☐	Nos computadores da escola fora da biblioteca
☐	Nos computadores da biblioteca
☐	No teu computador portátil

14. Em tua opinião, o blogue da biblioteca está sobretudo dirigido a:

☐	Alunos	☐	Professores
--------------------------	--------	--------------------------	-------------

15. Já alguma vez requisitaste ou consultaste um livro pelo facto de o teres visto divulgado no blogue?

☐	Sim	☐	Não
--------------------------	-----	--------------------------	-----

16. Já alguma vez sentiste vontade de ir à biblioteca depois de leres uma notícia no blogue?

☐	Sim	☐	Não
--------------------------	-----	--------------------------	-----

17. Já tomaste conhecimento, através do blogue, de alguma atividade realizada pela/na biblioteca?

☐	Sim	☐	Não
--------------------------	-----	--------------------------	-----

18. Achas que passaste a utilizar mais a biblioteca depois de esta ter um blogue?

☐	Sim	☐	Não
--------------------------	-----	--------------------------	-----

19. Em tua opinião, o blogue da biblioteca é.... ?

☐	Muito interessante
☐	Interessante
☐	Pouco interessante
☐	Nada interessante

20. Em tua opinião, o blogue da biblioteca é ?

☐	Uma moda passageira
☐	Uma forma de saber o que se passa na biblioteca
☐	Uma forma de conhecer melhor os recursos da biblioteca
☐	Uma forma de contactar os responsáveis pela biblioteca

21. Dá a tua opinião relativamente às seguintes afirmações:

21.1 O blogue da biblioteca contribui para aumentar o número de livros que os alunos lêem.

☐	Concordo	☐	Não concordo
--------------------------	----------	--------------------------	--------------

21.2 O blogue da biblioteca contribui para aumentar o n.º de utilizadores da biblioteca.

☐	Concordo	☐	Não concordo
--------------------------	----------	--------------------------	--------------

21.3 O blogue da biblioteca contribui para aumentar a participação dos alunos nas actividades da biblioteca.

☐	Concordo	☐	Não concordo
--------------------------	----------	--------------------------	--------------

21.4 O blogue da biblioteca contribui para aumentar o sucesso educativo dos alunos.

☐	Concordo	☐	Não concordo
--------------------------	----------	--------------------------	--------------

21.5 O blogue da biblioteca contribui para melhorar a comunicação da biblioteca com os seus utilizadores.

☐	Concordo	☐	Não concordo
--------------------------	----------	--------------------------	--------------

Se pretenderes podes, no espaço que se segue, dar as tuas opiniões complementares sobre os assuntos aqui mencionados:

Muito obrigada pela tua colaboração

Apêndice II - Questionário a Professores Bibliotecários/equipa da Biblioteca Escolar

Questionário a Professores Bibliotecários/equipa da Biblioteca Escolar

Este questionário faz parte de um trabalho de investigação no âmbito do Mestrado em Ciências da Educação, na Área de Bibliotecas Escolares e Literacias do Século XXI, curso ministrado na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia (ULHT)

No quadro da introdução das tecnologias nas escolas portuguesas foram criadas e desenvolvidas novas práticas lectivas que acompanhem essas ferramentas. O nosso interesse é o de conhecer o eventual impacto do uso de uma dessas ferramentas, o **blogue** de uma biblioteca escolar, nos seus reais e potenciais utilizadores. Por isso o seleccionámos, enquanto membro da equipa do blogue da sua biblioteca escolar, para responder ao presente questionário. A sua colaboração é, pois, de extrema pertinência.

Muito lhe agradecemos a sua imprescindível e importante colaboração.

O questionário organiza-se em duas partes. A primeira recolhe dados sobre a pessoa que responde ao questionário e a na segunda parte são feitas algumas perguntas sobre o blogue da biblioteca escolar. O questionário é anónimo, pelo que está assegurada a confidencialidade das informações dadas.

O que pretendemos é conhecer a sua perspectiva pessoal. Por isso, não há respostas certas ou erradas. O que lhe pedimos é que nos diga qual a sua opinião. Pela colaboração prestada, sem a qual este estudo seria inviável, manifestamos novamente o nosso agradecimento.

PARTE I

Caracterização dos Inquiridos:

1. Sexo

☐	Masculino
--------------------------	-----------

☐	Feminino
--------------------------	----------

2. Idade

☐	Menos de 25
☐	30-34
☐	40-44
☐	60-64

☐	25-29
☐	35-39
☐	50-54
☐	Mais de 64

3. Nível mais elevado de escolaridade que concluiu: (marque com um X a opção correcta)

☐	Ensino Secundário (10º / 11º / 12º)
☐	Licenciatura
☐	Mestrado

☐	Bacharelato
☐	Pós-Graduação
☐	Doutoramento ou superior

PARTE II

1. Há quanto tempo foi criado o blogue da biblioteca?

☐	Este ano lectivo
☐	Entre 2-4 anos
☐	Entre 5-7 anos
☐	Entre 8-10 anos
☐	Mais de 10anos

2. Fez parte da equipa de criação do blogue?

☐	Sim	☐	Não
--------------------------	-----	--------------------------	-----

3. Com que objetivos foi criado o blogue da biblioteca escolar?

☐	Maior visibilidade da biblioteca escolar
☐	Divulgação da colecção
☐	Facilitar a comunicação com a comunidade escolar
☐	Outro

Se respondeu “Outro”, indique qual: _____

4. O blogue da biblioteca está sobretudo dirigido a:

☐	Crianças e jovens	☐	Adultos
--------------------------	-------------------	--------------------------	---------

5. Quais as potencialidades do blogue da biblioteca escolar?

☐	Maior visibilidade da biblioteca escolar
☐	Divulgação da colecção
☐	Facilitar a comunicação com a comunidade escolar
☐	Outro

Se respondeu “Outro”, indique qual: _____

6. Quais as maiores dificuldades que sente enquanto responsável pelo blogue?

☐	Falta de tempo
☐	Dificuldade no acesso à Internet
☐	Ausência de feedback
☐	Outro

Se respondeu “Outro”, indique qual: _____

7. Existe uma linha de orientação de publicação de mensagens?

☐	Sim	☐	Não
--------------------------	-----	--------------------------	-----

8. Quais os temas que são mais frequentemente abordados no blogue? Da lista seguinte, escolha apenas 3 opções no máximo.

☐	Notícias em geral
☐	Notícias sobre atividades da escola
☐	Notícias sobre atividades realizadas na/pela biblioteca
☐	Notícias sobre trabalhos de alunos/professores
☐	Notícias sobre livros
☐	Notícias sobre as novidades adquiridas pela biblioteca
☐	Sugestões de leitura
☐	Sugestões de filmes
☐	Sugestões de recursos digitais
☐	Informações sobre concursos
☐	Outro.

Se respondeu “Outro”, indique qual: _____

9. Com que frequência é atualizado o blogue?

☐	Mais do que 1 vez por dia
☐	Todos os dias
☐	2 a 3 vezes por semana
☐	2 a 3 vezes por mês
☐	Menos do que 1 vez por mês

Porquê?

10. Existe um email para contacto direto entre os responsáveis do blogue e os alunos?

☐ Sim

☐ Não

11. São permitidos comentários às mensagens publicadas?

☐ Sim

☐ Não

Porquê? _____

12. Os alunos costumam comentar as mensagens publicadas?

☐ Sim

☐ Não

Porquê? _____

13. Costuma responder às mensagens/comentários dos alunos?

☐ Sim

☐ Não

Porquê? _____

14. Os alunos costumam dar sugestões de temas para publicar no blogue?

☐ Sim

☐ Não

Porquê? _____

15. Pensa nas razões pelas quais há alunos que não frequentam o blogue da vossa biblioteca?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, identifique quais. _____

16. Tem uma planificação do que publica no blogue da biblioteca?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, a planificação é baseada em que princípios?

17. O que publica são notícias actualizadas ou pontos de situação de um determinado tema?

☐ Sim

☐ Não

18. Utiliza o blogue para divulgar as últimas novidades adquiridas pela biblioteca?

☐ Sim

☐ Não

19. Pensa em aumentar o número de visitantes do blogue da biblioteca?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, identifique como. _____

20. Que razões encontra para não ter mais visitantes no blogue da biblioteca?

21. Para além do blogue, a biblioteca usa alguma outra rede social? Facebook? Twitter?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, identifique qual. _____

22. Pensa que o blogue traz novos utilizadores da biblioteca?

☐ Sim

☐ Não

23. Faz(fez) estudos sobre as necessidades dos utilizadores da biblioteca?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, com que objectivos?

24. O facto de ter blogue obriga a ter mais computadores na sua biblioteca escolar?

☐ Sim

☐ Não

Se pretender pode, no espaço que se segue, dar as suas opiniões complementares sobre os assuntos aqui mencionados:

Muito obrigada pela sua colaboração.