

O USUÁRIO E A INTERAÇÃO COM OS SUPORTES INFORMACIONAIS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA LIVRARIA X

GT 4 - O Campo Prático dos Profissionais da Informação

Kauane Lysien Costa Ferreira¹

Amanda da Silva Pereira Freitas²

RESUMO

O referido trabalho discute aspectos referentes à importância dos usuários contemporâneos da informação levando em consideração as ferramentas tradicionais e as inovações tecnológicas, desenvolvida pelas unidades informacionais, para complementar de forma eficaz a formação leitora dos cidadãos. Apresenta o perfil do usuário contemporâneo que busca informação rápida, atual, fidedigna, num ambiente agradável e em diferentes suportes. Analisaremos também as reais funções de uma livraria, que tem sempre como foco principal atender as necessidades informacionais do usuário. Esse estudo tem importância na crescente discussão a respeito das possíveis formas de obtenção da informação em vários suportes em unidades informacionais, em que o campo de sua atuação não se restrinja apenas a bibliotecas ou/e centros de documentação.

Palavras- chave: Ferramentas tradicionais. Usuários contemporâneos. Inovações tecnológicas. Formação leitora.

1 INTRODUÇÃO

O referido trabalho discute aspectos referentes à importância dos usuários contemporâneos da informação levando em consideração as ferramentas tradicionais e as inovações tecnológicas, desenvolvida pelas unidades informacionais, para complementar de forma eficaz a formação leitora dos cidadãos. Apresenta o perfil do usuário contemporâneo

¹ Discente em Ciência da Informação, Universidade Federal do Ceará. - E-mail: klysien@yahoo.com.br

² Discente em Ciência da Informação, Universidade Federal do Ceará. - E-mail: amandinhag3@yahoo.com.br

que busca informação rápida, atual, fidedigna, num ambiente agradável e em diferentes suportes. Dessa forma a Livraria X tende a colaborar com outras instituições, até mesmo no âmbito comercial, tornando-se um espaço dinâmico, de interação para o desenvolvimento informacional da sociedade, oferecendo assim, condição necessária para atender a demanda informacional de uma nova época que prioriza a informação, uma mercadoria cada vez mais valiosa, apesar de ser imaterial, como requisito fundamental para o desenvolvimento de qualquer atividade. Ressalta a importância da interação das novas tecnologias em unidades informacionais como forma de atrair os usuários para esse ambiente, havendo várias formas de obtenção de informação no meio virtual inclusive da própria Livraria X na internet o usuário busca informação no espaço físico. Analisaremos também as reais funções de uma livraria, que tem sempre como foco principal atender as necessidades informacionais do usuário. Discute questões de nomenclatura entre usuário e cliente, que ainda permeiam as discussões de termos de utilização, em ambientes privados e/ou públicos. Aborda a relevância da leitura para o crescimento pessoal, social, cognitivo e crítico de um cidadão.

1.1 PROBLEMÁTICA

Em uma livraria, com ênfase na cultura, a informação é totalmente voltada para o comércio. Então a tecnologia e seus vários suportes seria muito “bem-vindo”, pois direcionaria o usuário exatamente para o que lhe interessasse, satisfazendo o cliente e este por saber que ali encontraria com maior facilidade o que procura, voltaria mais vezes ao estabelecimento. O papel dessas tecnologias seria de facilitar e agilizar a informação.

No entanto, o que percebemos é que as livrarias que não disponibilizam de vários suportes tanto tradicionais como eletrônicos destinados a leitura estão se tornando obsoletas pois os usuários estão se tornando cada vez mais exigentes, sendo assim a Livraria X desempenha um importante papel de atender as necessidades informacionais deste perfil de usuário, pois oferece em seu acervo também livros eletrônicos ou ebooks.

Não basta apenas olhar para os suportes informacionais, nem possuir estantes abarrotadas de livros é necessário que a visão seja direcionada para as necessidades dos clientes, e aí sim, observando seus interesses é que pode-se pensar nos suportes à serem utilizados como forma de disponibilizar suas informações, pois não é apenas transferir

informação para o cliente, é preciso ir além, buscando sempre aliar a essa transferência a geração de conhecimento no receptor.

Mas o que percebemos é que as livrarias não dispõem dessas tecnologias em seus estabelecimentos, muitas vezes por questões econômicas ou por acharem que não tem necessidade. Diante de todos esses fatos nos vêm à tona questionamentos para se analisar quais os melhoramentos que haveria em uma livraria se houvesse vários suportes para leitura? E os clientes preferem livros impressos ou eletrônicos?

Se os novos limites das unidades informacionais, assumidos com a contemporaneidade, de colaborar com o desenvolvimento cultural de modo ativo e que nessa livraria haja novos suportes da informação então a livraria tornar-se-à um espaço agradável e alternativo para o desenvolvimento educacional, oferecendo assim, condições necessárias para a formação do cidadão e ajudará de forma positiva na relação entre sociedade – livro – leitura.

Devido a estas causas e por não possuímos maiores vivências nesse campo de trabalho, despertando assim a nossa curiosidade de saber mais sobre essa área, faz-se então relevante um estudo a cerca da implantação de novos suportes, tendo como foco principal a importância dos suportes informacionais para o melhoramento do desempenho de uma livraria.

1.2 JUSTIFICATIVA

Dentre as diversas unidades informacionais existentes, escolhemos a Livraria X para fazer o estudo de usuário da mesma, por ser um espaço que semeia o conhecimento, embora sua visão seja voltada para o comércio e a lucratividade. A livraria é uma unidade de transmissão da informação, em sua maioria são possuidoras de um vasto acervo com variados títulos. Pode ser de diversos tipos como: técnica, especializada, infantil, religiosa, online e assim por diante.

Quando se fala em estudo de usuário nos vem logo a mente: os usuários de uma biblioteca, como se esse termo só se restringisse a esse ambientes, da mesma forma que quando se fala em cliente, pensamos em comércio. E para quebrar um pouco do paradigma de diferenciação entre esses dois termos, clientes e usuários, é que resolvemos aplicar a pesquisa em uma livraria.

Esse estudo tem importância na crescente discussão a respeito das possíveis formas de obtenção da informação em vários suportes em unidades informacionais, em que o campo de sua atuação não se restrinja apenas a bibliotecas ou/e centros de documentação. Devido a estas causas e valorizando uma investigação dessa característica, faz-se então um relevante estudo que busque verificar o quanto se faz necessário a presença das tecnologias da informação em campos diversificados, na tentativa de proporcionar algumas evidências relevantes que poderão ser aplicadas posteriormente em outras pesquisas.

Culturalmente, o brasileiro é um povo que não possui o costume de ler e menos ainda de comprar livros, até porque, infelizmente, livros custam caro e a maioria da população não dispõe de verbas para ser aplicadas em livros. Tanto que a grande parcela de clientes de uma livraria é formada por pessoas que possuem certo grau de instrução educacional e que detêm um poder aquisitivo de maior teor. Fazendo-se um paralelo e abrindo um parêntese é que os sebos ou alfarrabistas, que compram e vendem livros, por terem preços mais acessíveis é que são muitas vezes mais procurados pela massa populacional do que as livrarias.

No entanto, sabemos que socialmente, prefere-se investir mais em bens materiais como calçados, vestuários, eletrodomésticos do que em livros, todavia, isso não vem ao caso nessa pesquisa, mas sim saber qual o perfil, interesse e satisfação dos clientes em relação às fontes informacionais.

Livrarias que estão acompanhando o desenvolvimento tecnológico e se adaptando as mudanças, conseqüentemente, irão atingir um público diversificado, contribuindo para uma maior difusão do conhecimento, atenderão de forma diferenciada a seus clientes, havendo significativamente uma melhora em seu comércio.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivos Geral

Analisar o perfil dos usuários da Livraria X e sua interação com os suportes tradicionais e eletrônicos oferecidos como forma de estímulo à leitura.

1.3.2 Objetivos Específico

- Avaliar a importância dos usuários contemporâneos da informação levando em consideração as ferramentas tradicionais e as inovações tecnológicas, desenvolvida pelas unidades informacionais.
- Examinar se a forma de trabalhar com a informação (como ela é posta e transferida para o cliente), da Livraria X está atendendo as necessidades informacionais de seus clientes.
- Demonstrar, tanto para os clientes quanto para os proprietários de livrarias, a importância de se ter vários suportes informacionais para ampliar os tipos de leitura.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Com as profundas transformações da sociedade, o que acontece num mundo em processo de globalização, são ciclos tecnológicos, ou seja, o que é moderno e arrojado hoje passará amanhã por outras transições, a passagem dos hábitos eletrônicos, a incorporação dos novos meios, sempre existirá desafiando os discursos apocalípticos, sobre o futuro dos suportes. Para entendermos esse contexto da passagem da leitura impressa à eletrônica é importante definirmos o que é leitura eletrônica, segundo Pierre Levy (1993, p.22): “É uma nova possibilidade de leitura que se apoia em processos eletrônicos de forma codificada.” Para Villaça (2002, p.35): “É uma nova prática de leitura que contempla o mundo das imagens, dos sons e movimentos das palavras.”

Considerando essas mudanças, a evolução dos suportes informacionais causou vários impactos na sociedade, desde o papiro até o e-book, os suportes buscam resgatar e compreender essa transformação tecnológica e sua importância para a humanidade como um veículo que contribui para a era da Informação.

Para Stewart, (1998 *apud* DIAS; BELUZZO, 2003, p.24) “[...] a informação é considerada, cada vez mais, um recurso estratégico e de valor agregado para a percepção e absorção de novas tecnologias”. Dessa forma uma livraria que em seu âmbito disponibiliza informação, embora seja voltada para o lado comercial, também está contribuindo com as novas possibilidades de leitura.

Embora a informação seja de extrema importância, já que vivemos em um mundo que tem na informação a fonte principal e primordial para o desenvolvimento, em uma unidade informacional deve ser levado em consideração, o usuário, logo que, sem o mesmo a informação fica abstrata e não se poderão gerar conhecimentos. Em qualquer unidade

informacional, o usuário deve ser tido como a peça-chave para a instituição, sendo que as informações geradas sejam de seus interesses e atenda suas necessidades, logo, um estudo de usuário é pré-requisito básico.

Segundo Silva (1990 apud MATTA, 2010, p.130), o estudo de usuário se define como “Uma investigação que objetiva identificar e caracterizar os interesses, as necessidades e os hábitos de uso da informação dos usuários reais e/ou potenciais de um sistema de informação”.

Sempre se especulam que o termo usuário difere do de cliente, no entanto, pode-se dizer que a diferença entre ambos é apenas nominal, logo que Cunha (2008, p.87 e 372) conceitua usuário como a “pessoa que utiliza dos serviços da biblioteca no próprio local ou por meio da retirada de documentos por empréstimo, ou pela solicitação, entre outros serviços, de buscas bibliográficas e pesquisas sobre temas especializados” ↔ e o cliente como “usuário que deve pagar diretamente pelos serviços ou produtos de unidades da informação”, e com a contemporaneidade esses dois termos acabaram se aglutinado e hoje são diferenciados só por questões de nomenclatura, o cliente/usuário não é mais passivo, este vem com ideias definidas, mas, com necessidades a serem supridas, permitindo assim que o tradicional e o eletrônico possa estar presente em ambientes comerciais contribuindo para novas possibilidades de leitura, como a livraria, por nós analisada.

Observamos assim, que todo esse processo de modernização dos suportes em função do crescimento da produção do livro, a sociedade evolui, os avanços tecnológicos fazem parte desse processo, onde conseqüentemente os meios de comunicação se modernizam, as formas de ler e o leitor naturalmente vão se desenvolvendo, a cada época surgem novas necessidades: assim a revolução que representa o livro eletrônico, causa igualmente modificações no leitor: nova relação entre ambos.

Dentro dessa perspectiva de novas relações entre suporte e leitor, Chartier (2002, p.32) complementa dizendo que:

Ler sobre uma tela não é ler um Códex. Abrem-se possibilidades novas e imensas, a representação eletrônica dos textos modifica totalmente a sua condição: a materialidade do livro pela imaterialidade de textos sem lugar específico.

Buscando encontrar semelhanças e diferenças entre os tipos de leitores em relação aos suportes que estão sendo analisados, percebemos a liberdade que essas duas formas de leitura proporciona: enquanto o texto eletrônico permite uma relação de distância corporal e virtual,

o leitor do texto impresso tem como espaço de leitura a proximidade em todos os sentidos: o manuseio, o ato de virar as páginas e a possibilidade e fazer anotações nas bordas do livro e esse mesmo processo ocorria com quem escrevia com pena de pato. Mesmo assim, Chartier (2002, p.32) mostra que há semelhanças entre estes dois tipos de leitura:

O leitor da tela assemelha-se ao leitor da Antiguidade: o texto que ele lê corre diante de seus olhos; é claro, ele não flui tal como o texto de um livro em rolo; mas de um lado ele é como um leitor medieval ou o leitor do impresso, que pode utilizar referências como a paginação, o índice, o recorte do texto.

Tal reflexão leva-nos a pensar sobre o que o avanço tecnológico está propondo ao leitor, de transformar seus hábitos e percepções, possivelmente dificultando a compreensão, fato que essa “mutação da leitura” provoca, já que mais do que uma revolução e evolução da leitura é uma revolução das estruturas e formas dos suportes da cultura escrita. Complementando essa reflexão, observa Chartier (1999, p.97): “Essa revolução modifica, ainda, o que se poderia chamar a ordem das razões, se com isso entendermos as modalidades das argumentações e os critérios ou recursos que o leitor pode mobilizar para aceita-las ou rechaça-las”.

Então percebemos o quanto se faz preeminente a presença de vários suportes de leitura em outros ambientes, no nosso caso especificamente em uma livraria, para que seja feita uma dinamização e transformação dos paradigmas informacionais, melhorando o rendimento literário da população. Pensando no livro como um novo recurso de leitura, notamos que a tela dos computadores representa um outro meio de organizar de forma diferente o que o livro, que é patrimônio nosso, proporciona. Dessa forma os diferentes suportes em livrarias faz com que as mesmas se torne um espaço convidativo e atenda as exigências de uma nova era.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 CAMPO DE ESTUDO

O estudo de campo será aplicado na Livraria X, em Fortaleza e o tempo para esse procedimento será de 3 semanas, podendo ser prorrogado diante das necessidades e questionamentos que forem surgindo.

3.2 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Os novos suportes em uma unidade informacional faz toda diferença, pois em toda sua extensão social e literária a livraria deve atuar como mediadora entre o cliente e os livros disponíveis no acervo. Diante disso, dos objetivos tanto o geral quanto os específicos e da problemática abordados anteriormente, é que a pesquisa em questão assume um caráter qualitativo, pois de acordo com Chizzotti (2005 apud DALBERIO (2009, p.79)

a abordagem qualitativa parte do fundamento de que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, uma interdependência viva entre sujeito e o objeto, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito.

Logo que, a pesquisa qualitativa apresenta-se em cunho social e humano. De início faremos um levantamento bibliográfico a respeito dos objetos a serem estudados – suportes informacionais e livraria, leitura e acesso da informação – fazendo uma seleção de materiais já produzidos acerca dos objetos, visando construir assim, um embasamento teórico construtivo para que se possa subsidiar a pesquisa. As bibliotecas utilizadas para o recolhimento dos materiais bibliográficos foram a Biblioteca de Ciências Humanas da UFC e a Biblioteca Pública Governador Menezes Pimentel. As fontes de pesquisa foram livros e internet.

Delinearemos a pesquisa metodologicamente utilizando o Estudo de Caso como o método de procedimento, que segundo Calazans (2007, p.39)

O Estudo de Caso é uma estratégia de pesquisa utilizada para investigar um fenômeno complexo. É considerada uma estratégia de pesquisa abrangente para as pesquisas sociais e é uma forma de investigação empírica, pois analisa um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real.

Na coleta dos dados serão utilizadas as técnicas de documentação direta que percorrerá a observação direta intensiva por meio da entrevista que “é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. (LAKATOS, 1991, p.195), sendo feita com os clientes da livraria para averiguar os seus entendimentos em relação diferentes

suportes de leitura em uma unidade informacional totalmente voltada para o comércio. Utilizaremos um roteiro de entrevistas para serem conseguidas as informações necessárias, o que não impossibilitará que outras questões tanto por parte do entrevistado quanto do entrevistador sejam levantadas. A outra será a observação direta extensiva através da aplicação de questionários que para CERVO (1996, p.138)

[...] Em geral, a palavra ‘questionário’ refere-se a um meio de obter respostas às questões por uma fórmula que o próprio informante preenche. [...]. Possui a vantagem de os respondentes sentirem-se mais confiantes, dado o anonimato, o que possibilita coletar informações e respostas mais reais [...].

Quanto à forma, o questionário possuirá perguntas abertas/livres e será respondido pelos funcionários da livraria, incluindo a gerente. E uma observação direta também será realizada, no momento em que estivermos aplicando tanto o questionário quanto a entrevista.

Todos os dados recolhidos servirão de subsídio para a complementação da pesquisa, com relevância para os resultados averiguados e com essa metodologia conduziremos a pesquisa, buscando tornar útil e adequada todos os métodos e técnicas para explanar a importância da interação dos clientes com os novos suportes em uma livraria. Dessa forma, chegaremos a conclusões que poderão servir de fundamento para pesquisas posteriores.

4 RESULTADOS E ANÁLISES DE DADOS

Para efeito do estudo de usuários em ambientes de informação fizemos o levantamento em vários moldes na Livraria X, dentre os quais contamos com as técnicas de documentação direta de observação geral do ambiente, levando-se em conta a relação funcionário – suportes tecnológicos, e suportes tecnológicos – cliente; a aplicação de entrevistas diretas aos funcionários, sendo todos atendentes(fazendo não só o atendimento de praxe como o atendimentos de caixa, a consulta de preços, entre outros, como também são responsáveis pela mediação entre a informação e o usuário/cliente) e por fim, a entrevista com os usuários do local, contendo 11 perguntas sobre a utilização geral da mesma, sendo nessa etapa uma amostra de 30 participantes.

No primeiro momento, na observação, percebemos a disponibilidade e presteza nos atendimentos aos clientes, o ambiente é agradável e receptivo, possui até um restaurante, contando com um acervo bem abrangente, perpassando do livro infantil, os *Best-seller* ao

livro técnico e, mesas de leitura. A disposição das estantes é boa deixando visíveis os títulos existentes. O acervo é classificado por assunto. E, a abordagem feita aos clientes é muito simples, sempre deixando os clientes a vontade para ficar lendo com cadeiras confortáveis e com iluminação adequada.

Ao avaliarmos os questionários dos funcionários percebemos uma uniformidade nas respostas em geral, porém, todos afirmam mediar sempre a informação, dizem que os clientes procuram mais os livros impressos, e nem sempre o cliente se dirige a livraria para comprar livros, mas também para ler no próprio local, os ebooks são mais solicitados pelos jovens, a diferença de preços entre os livros é mínima. E percebemos também que a clientela da livraria aumentou, pois esse é um diferencial no mercado, para com isto atender as necessidades dos diversos tipos de usuários.

Com relação aos clientes, sua maioria é composta por professores, estudantes, idosos, crianças que com muita frequência visitam a livraria e em geral gostam da leitura do livro impresso, porém os jovens que visitam a livraria preferem os e-books oferecidos pela a Livraria X além dos DVDs e CDs ofertados. A totalidade dos clientes disse sempre encontrar o que procuram e mesmo que não possua a obra desejada se o cliente desejar o atendente faz o pedido da obra no momento da solicitação e informar o tempo que leva pra chegar, ainda oferecendo a opção do cliente receber a obra em sua residência, mas também, mostram-se satisfeitos com a possibilidade de comprar via internet, pois a Livraria X também oferece esta opção. Os questionamos sobre os novos suportes informacionais causa muita polêmica pois alguns acreditam que o livro impresso nunca deixará de existir, já outros acreditam que só existirá no formato digital e outros acreditam que as tecnologias só vieram para auxiliar no processo de estímulo a leitura, não deixando de existir os livros impressos.

5 CONCLUSÃO

Com esta pesquisa constatamos que, os suportes tecnológicos estão se instalando como mediadores na leitura, mas não deixou de ser utilizado os suportes tradicionais de leitura como o livro impresso, a revista da Livraria X ainda apresenta-se no formato impresso

Vimos também que, a maioria da população nem sempre utiliza os suportes tecnológicos digitais como forma de estímulo à leitura por vários fatores como: risco de furtos de suportes como ipad, notebook e netbooks, outros por que causa problemas na visão ao ler, no formato digital a leitura fica cansativa, e causa sono, etc.

Por meio destas análises feitas, nos ficou claro de que os suportes informacionais tecnológicos não estão tomando o lugar dos suportes informacionais tradicionais, pelo o contrário os dois estão convivendo juntos no mesmo ambiente um complementando o outro no estímulo a leitura.

Enfim, esta pesquisa mostrou-se para nós ser probatória, pois se constatou por meio dela que os suportes tecnológicos informacionais estão cada vez mais sendo utilizados por pessoas de diferentes idades para diversos fins e que a Livraria X compre seu papel de mediadora de informação e de estimuladora do gosto pela a leitura, pois ela fornece informação em livros impressos, e-books, CDs, DVDs abrangendo várias áreas de interesse e se utilizando de suportes tradicionais e tecnológicos para atender as necessidades dos usuários que são um público diversificado e exigente e que estão buscando informação em diversos meios e para variados fins.

REFERENCIAS

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Editora UNESP, 1999.

_____. **A ordem dos livros: leitores autores e Bibliotecas na Europa entre os séculos XIV XVII**. Trad. Mary Del Priori-. Brasília. Editora Universalidade de Brasília, 1999. 172p.

_____. **Os desafios da escrita**. São Paulo: Editora UNESP, 2002, 144p.

CUNHA, Murilo Bastos da; CAVALCANTI, Cordélia Robalino de Oliveira. **Dicionário de biblioteconomia e arquivologia**. Brasília: Brinquet Lemos, 2008.

ELEUTÉRIO, Sonia Garcia Gomes; PRATI, Suely Cafazzi. **Diagnóstico da acessibilidade à bibliografia recomendada nos cursos de graduação das áreas de saúde e biológicas na Universidade de São Paulo - Campus de São Paulo**. São Paulo: 2002. Disponível em: <<http://www.sibi.ufrj.br/snbu/snbu2002/oralpdf/127.a.pdf>>. Acesso em: 19 outubro de 2011.

MATTA, Rodrigo Octávio Beton. Modelo de comportamento informacional de usuários: uma abordagem teórica. In: VALENTIM, Marta Ligia Pomim. et al. **Gestão, mediação e uso da informação**. São Paulo: 2010.

STEWART, Thomas. **Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas**. 11.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.