

Projeto de conceito e estrutura de um website para a biblioteca municipal do Barreiro

SOFIA DE AGUIAR CORREIA

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE
MESTRE EM PUBLICIDADE E MARKETING

Orientadora:

Prof. Ana Teresa Machado, Prof. Adjunta
Escola Superior de Comunicação Social

OUTUBRO, 2018

Declaração anti-plágio

Declaro ser a autora deste trabalho, parte integrante das condições exigidas para obtenção do grau de Mestre em Publicidade e Marketing, pela Escola Superior de Comunicação Social. O presente projeto é original e nunca foi submetido (no seu todo ou em qualquer uma das partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho aqui apresentado.

Sofia de Aguiar Correia

Lisboa, Outubro 2018

Agradecimentos

Para a realização do presente projeto e da respetiva investigação foi fundamental a colaboração de várias pessoas, bem como da entidade à qual o projeto se destina.

Por isso, gostaria de agradecer, em primeiro lugar, à minha orientadora, a Professora Doutora Ana Teresa Machado, pelo apoio que me deu ao longo deste caminho, respondendo a todas as minhas questões e dúvidas.

Em segundo lugar, queria agradecer ao Vereador da Câmara Municipal do Barreiro, Dr. Rui Pedro Lopo, por me ter dado a oportunidade não só de explicar o projeto, mas também de perceber o quanto seria importante a sua implementação.

Em terceiro lugar, queria agradecer à minha família pelo apoio e motivação que me deram, ajudando-me a vencer os constrangimentos inerentes a um desafio desta dimensão.

Por último, gostaria de agradecer aos meus amigos e a todos aqueles que me ajudaram, direta ou indiretamente, na concretização deste projeto.

Resumo do projeto

O canal digital tem vindo a alcançar, progressivamente, maior relevância tanto na vida dos clientes/utentes, como na relação das empresas/instituições com o seu público-alvo. Aos clientes/utentes, o canal digital permite o acesso à informação a qualquer hora, em qualquer lugar e em qualquer *device*. Às empresas/instituições, o canal digital amplia os meios de atendimento aos clientes/utentes, permitindo-lhes assim ter uma maior abrangência, algo que apenas o canal *offline* não permitia.

Enquanto instituição prestadora de serviços culturais, a biblioteca municipal do Barreiro é a única biblioteca da cidade, onde existem 12 Agrupamentos de Escola, e não possui ainda o canal digital para dar resposta ao *targets* mais jovens que utilizam com mais frequência a biblioteca e não dispensam do canal digital para criar uma relação (do Barreiro, s.d.).

É importante realçar, igualmente, que o número de escolas com ensino básico e secundário é relevante, mas também o facto de o Barreiro ter um número considerável de jovens que estudam nas faculdades de Lisboa e Setúbal e que utilizam a biblioteca como o seu local de estudo.

Posto isto, o objetivo deste projeto é desenvolver o conceito e estrutura do *website* para a biblioteca municipal do Barreiro, descrevendo a construção do canal digital da biblioteca, caracterizando a relação da mesma com os seus clientes/utentes e criando uma mais-valia na forma como os clientes utilizam este serviço.

Palavras-chave: *web 2.0*, biblioteca 2.0, biblioteca municipal do Barreiro, marketing relacional e bibliotecário 2.0

Abstract

The digital channel has progressively achieved greater relevance both in the life of clients / users, and in the relationship of companies / institutions with their target audience. To customers / users, the digital channel allows access to information anytime, anywhere and on any device. To the companies / institutions, the digital channel broadens the means of attending to clients / users, allowing them to have a wider range, something that only the *offline* channel would not allow.

As an institution providing cultural services, the Barreiro municipal library is the only library in the city, where there are 12 School Groups, and does not yet have the digital channel to respond to younger targets who use the library more frequently and do not dispense of the digital channel to create a relationship (from Barreiro, sd).

It is also important to emphasize that the number of schools with basic and secondary education is relevant, but also the fact that Barreiro has a considerable number of young people who study in the colleges of Lisbon and Setúbal and who use the library as their place of residence study.

Therefore, the objective of this project is to develop the concept and structure of the website for the municipal library of Barreiro, describing the construction of the library's digital channel, characterizing the relationship between the library and its clients / users and creating an added value in the form how customers use this service.

Keywords: *web 2.0*, Library 2.0, municipal library of Barreiro, Relationship Marketing, municipal library's and librarian 2.0

Índice

Introdução	10
1 Enquadramento do Projeto	13
1.1 O papel das bibliotecas municipais nas autarquias	13
1.2 Da Web 2.0 à Biblioteca 2.0	15
1.2.1 Conceito e definição de Web 2.0	15
1.2.2 Conceito e definição de Biblioteca 2.0	18
1.2.3 Bibliotecas públicas portuguesas na web.....	27
1.3 <i>Websites</i> enquanto ferramenta da Biblioteca 2.0	28
1.3.1 Diretrizes para implementação do <i>website</i>	30
2 Caracterização da Organização	45
2.1 A biblioteca municipal do Barreiro.....	45
2.2 Público-alvo da biblioteca física.....	46
2.3 Concorrência	47
3 Investigação de Suporte	48
3.1 Objetivos de investigação	48
3.2 Método.....	48
3.2.1 Tipo de investigação	48
3.2.2 Universo e amostra	49
3.2.3 Instrumento de recolha de dados	49
3.2.4 Tipo de perguntas e escalas	49
4 Análise dos resultados.....	51
5 Ideias decorrentes da análise dos resultados	69
6 Proposta do Projeto	70
6.1 Estratégia do projeto	70
6.2 Objetivo do projeto	70
6.3 Insight	71

6.4	Conceito.....	71
6.5	Público-alvo	72
6.6	Descrição do <i>website</i> da biblioteca do Barreiro.....	73
6.7	Arquitetura de informação do <i>website</i>	80
7	Conclusão.....	84
	Bibliografia.....	86
	Anexos	98

Índice de ilustrações

	Ilustração 1 - Elementos básicos da web 2.0, por Margaix Arnal.....	24
	Ilustração 2 - Biblioteca municipal do Barreiro	46
	Ilustração 3 - <i>Homepage website</i> da biblioteca municipal do Barreiro	72
	Ilustração 4 - Arquitetura de informação do Mapa do Website.....	81
	Ilustração 5 - Arquitetura de informação do Processo 1: Registo	82
	Ilustração 6 - Sub-menu Apresentação	98
	Ilustração 7 - Sub-menu Horário	98
	Ilustração 8 - Sub-menu Contactos.....	98
	Ilustração 9 - Sub-menu Guia do Utilizador.....	98
	Ilustração 10 - Menu Serviços	98
	Ilustração 11 - Sub-menu Biblioteca Online	98
	Ilustração 12 - Pesquisa de resultados	98
	Ilustração 13 - Detalhe do livro.....	98
	Ilustração 14- Menu Requisitar Online.....	98
	Ilustração 15 - Menu Outros Serviços	98
	Ilustração 16 - Menu Educação.....	98
	Ilustração 17 - Sub-Menu Repositorio Online.....	98
	Ilustração 18 - Sub Menu Académico.....	98
	Ilustração 19 - Pesquisas de resultados de trabalhos académicos	98
	Ilustração 20 - Menu Base de dados	98
	Ilustração 21 - Menu Revistas Científicas	98
	Ilustração 22 - Menu Agenda	98

Ilustração 23 - Receber Newsletter.....	98
Ilustração 24 - Área de Cliente : Informação Pessoal.....	98
Ilustração 25 - Área de Cliente: Enviar mensagem	98
Ilustração 26 - Área de Cliente: As minhas requisições	98
Ilustração 27 - Área de cliente: As minhas mensagens.....	98
Ilustração 28 - Área de cliente: Requisitar livros.....	98
Ilustração 29 - Área de Cliente: A minha conta.....	98
Ilustração 30 - Área de cliente: página de acesso	98
Ilustração 31 - Área de cliente: formulário de registo	98
Ilustração 32 - Área de cliente: Login	98

Índice de tabelas

Tabela 1 - Diferenças entre biblioteca 1.0 e biblioteca 2.0	21
Tabela 2 - Distribuição por género.....	51
Tabela 3 - Distribuição por faixa etária	52
Tabela 4 - Distribuição por freguesia	52
Tabela 5 - Distribuição por habilitações literárias	53
Tabela 6 - Pergunta "Frequenta a biblioteca Municipal do Barreiro?"	54
Tabela 7 - Pergunta "Com que frequência utiliza a biblioteca municipal do Barreiro?"	54
Tabela 8 - Pergunta "Para que propósito utiliza a biblioteca e os seus serviços?"	55
Tabela 9 - Pergunta "A biblioteca tem tudo o que preciso enquanto estudante?"	56
Tabela 10 - Pergunta "A biblioteca tem tudo o que preciso enquanto utente".....	57
Tabela 11 - Pergunta "A biblioteca tem todos os livros que necessito"	57
Tabela 12 - Pergunta "O processo de requisição de livros na biblioteca é rápido e simples"	58
Tabela 13 - Pergunta "É fácil alargar o período de requisição do livro (adiamento da data de entrega de livros requisitados).....	59
Tabela 14 - Pergunta "A biblioteca é apelativa para os jovens (ex. espaço, ambiente)	59

Tabela 15 - Pergunta "A biblioteca tem um bom serviço de atendimento por parte dos funcionários"	60
Tabela 16 - Pergunta "Considera que faz falta à biblioteca do Barreiro um website?"	60
Tabela 17 - Pergunta "Para cada uma das seguintes afirmações, referente a <i>websites</i> de bibliotecas, indique o seu grau de concordância e relação às seguintes observações numa escala de 5 pontos, variável entre "Discordo totalmente" e "Concordo totalmente"	61
Tabela 18 - Detalhe da afirmação "Um website disponibiliza mais informação ao utilizador da biblioteca"	62
Tabela 19 - Detalhe da afirmação "Um website torna a imagem da biblioteca mais apelativa"	62
Tabela 20 - Pergunta "Para cada uma das seguintes afirmações, respeitantes a <i>websites</i> de biblioteca, indique o grau de relevância para si, enquanto utilizador, numa escala de 5 pontos, variável entre "Nada" (1) e "Muito" (5)	63
Tabela 21 - Pergunta "Para cada uma das afirmações, respeitante à possibilidade de ter uma área de cliente no website para a biblioteca municipal do Barreiro, indique o grau de relevância para si enquanto utilizador, numa escala de 5 pontos, variável	66

Introdução

Nos dias de hoje, encaramos o mundo digital como um mundo onde conseguimos chegar a qualquer lado sem sairmos do conforto da nossa casa, do momento de lazer ou, até mesmo, durante as horas de trabalho e no caminho até ao nosso destino. A verdade é que este meio de comunicação, que já não é novo, é visto como uma forma eficiente, rápida e interativa que as marcas utilizam para chegarem aos seus clientes e potenciais clientes. O digital trouxe, e continua a trazer, vantagens tanto ao nível do serviço, da compra, da finalização de um processo, como também ao nível da venda ou de um simples pedido de contacto.

Deparamo-nos com diferentes mercados e serviços que usufruem deste canal e das vantagens que o mesmo traz para os seus negócios. Contudo, ainda é possível verificar o fraco aproveitamento do canal digital, e das suas ferramentas, por parte de alguns serviços. Fala-se, designadamente, de bibliotecas.

Efetivamente, apesar de o canal digital trazer às bibliotecas múltiplas vantagens como, por exemplo, a possibilidade de conjugar a forma de trabalhar tradicional com a moderna, alterando de forma positiva a estrutura dos serviços tradicionais (com o *website*, a biblioteca possibilita aos utentes o acesso 24h aos seus serviços, assim como a consulta de documentos por várias pessoas ao mesmo tempo), a verdade é que nem todas as bibliotecas, por razões várias, aproveitaram esta oportunidade. Um desses casos é o da Biblioteca Municipal do Barreiro.

A Biblioteca Municipal do Barreiro é um espaço público que tem como objetivo responder às necessidades *in-formativas* da população do concelho. De facto, e de acordo com a UNESCO, trata-se de uma “instituição democrática de ensino, cultura, informação e lazer” (Barreiro, 2015).

Esta biblioteca dispõe de vários serviços como, por exemplo, a requisição de livros para o domicílio; uma zona de leitura e informação para adultos; e outra para crianças, possibilitando a consulta direta de livros, revistas e jornais. Dispõe, ainda, de vários computadores que possibilitam o acesso à internet para pesquisas, realização de trabalhos e acesso local a documentos audiovisuais. Por fim, a par do espaço físico, a biblioteca disponibiliza uma agenda de eventos *online* que se pode encontrar acedendo ao site da Câmara Municipal do Barreiro.

O principal problema detetado é o facto de a biblioteca do Barreiro não ter um *website* próprio que possibilite a comunicação direta com os clientes/utentes e potenciais clientes/utentes; o uso dos serviços de consulta e requisição fora de horas; a falta de conhecimento sobre utilizadores da biblioteca para futuras perfilagens de cliente/utente e personalização dos serviços/comunicação. Com efeito, este facto pode ser visto como uma desvantagem (*weaknesses*) para a biblioteca, uma vez que (i) contraria a tendência atual de informatização dos serviços; (ii) não estabelece o diálogo com as inúmeras escolas básicas e secundárias da cidade; (iii) não otimiza a sua colaboração com a Escola Superior de Tecnologia; nem (iv) interage com os residentes que utilizam as novas tecnologias.

Por conseguinte, o interesse pela Biblioteca Municipal do Barreiro decorre da constatação da inexistência do canal digital e do reconhecimento das vantagens que tal instrumento/aplicação poderia trazer a esse espaço, do qual a aluna é uma utente regular.

Assim, o principal objetivo deste trabalho de projeto é **desenvolver o conceito e a estrutura de uma nova plataforma digital, o *website da biblioteca do Barreiro***, com uma robustez que permita aos utilizadores aceder a qualquer informação dos serviços da biblioteca; à consulta e requisição dos livros que a biblioteca dispõe; ter a sua própria área privada; e ter uma *homepage* que servirá como a área de comunicação entre a biblioteca e os seus utilizadores.

Pretende-se tirar o maior partido das novas tecnologias que existem atualmente, permitir um maior envolvimento e interação da biblioteca com as pessoas e criar maior dinamismo, criando um espaço interativo que responda às necessidades das pessoas e permita o relacionamento quer no *offline* quer no online, ou seja, 24h por dia. Esta é uma das funcionalidades que não deve ser perdida no canal digital e sim manter o nível de serviço ou até mesmo melhorar para que a expectativa do cliente se mantenha.

A pertinência deste projeto é o facto de se construir algo que ainda não existe na Biblioteca do Barreiro e contribuir para um bem maior na comunidade.

O presente projeto encontra-se dividido em cinco capítulos. No primeiro, realiza-se a conceptualização do projeto através de uma revisão de literatura sobre a temática escolhida para suporte do projeto. No segundo, procede-se à caracterização da

instituição escolhida bem como do serviço ao qual o projeto se destina. De seguida, no terceiro, será apresentada a investigação de suporte efetuada, composta pelos objetivos de investigação, pelo método utilizado e pelos resultados obtidos através do questionário aplicado. No quarto, serão discutidos os resultados obtidos no capítulo anterior como forma de conclusão. Por último, no quinto capítulo, concretizar -se-á o projeto em questão, com elaboração do conceito e da estrutura do *website*.

1 Enquadramento do Projeto

1.1 O papel das bibliotecas municipais nas autarquias

Em Portugal, apesar de as primeiras bibliotecas públicas distritais datarem da primeira metade do século XIX, só em **finais da década de 80 do século XX foi criado um sistema de bibliotecas públicas**, atualmente designado como Rede Nacional de Bibliotecas Públicas (RNBP), perspetivando dotar os concelhos portugueses de bibliotecas públicas municipais devidamente equipadas, facultar o livre acesso à informação, estimular o gosto pela leitura e desenvolver atividades culturais para os diferentes tipos de público da comunidade local e promovendo, assim, a inclusão social e a cidadania. Para o efeito, foi criado um programa de cooperação técnica entre os municípios e o Estado, através do Instituto Português do Livro e da Leitura (IPLL), cabendo aos municípios a disponibilização do espaço para a criação da biblioteca e meios necessários para a sua construção e funcionamento, bem como constituir e atualizar regularmente os fundos documentais e definir programas de atividades culturais, e cabendo ao IPLL a comparticipação de 50% dos custos da obra na construção de bibliotecas municipais, a fundo perdido, e apoiar na seleção bibliográfica, na formação de funcionários e na criação de atividades de animação e promoção da leitura (Lima, et al., 2015).

A criação da RNBP, ainda que tardia, teve um **impacto muito significativo no desenvolvimento de bibliotecas públicas** em Portugal, até então em número reduzido, com escassez de recursos financeiros e, frequentemente, funcionando aquém dos pressupostos proclamados pelo Manifesto da Unesco. Volvidos 25 anos, haviam sido criadas as bases para a construção de quase 200 bibliotecas, cujo papel se revelou essencial, não só para a disseminação e promoção da leitura pública no país, mas também como mediadoras no acesso à informação, enquanto espaços **de sociabilização e de dinamização cultural** (Lima, et al., 2015).

De acordo com a UNESCO, a biblioteca deve ser **um lugar de lazer, onde a comunidade pode aprender** nos tempos livres e pode colocar-se ao serviço das necessidades dela própria, através de métodos ativos, tais como atrair a atenção dos públicos sobre os problemas importantes, através de exposições, debates, conferências, etc (IFLA, 2016).

A IFLA (*International Federation Library Associations*), ao longo do tempo, exortou o fortalecimento do papel do cidadão e alertou os governos e as organizações para que investissem em bibliotecas como **centros vitais** para obterem benefícios para os cidadãos e comunidades, defendendo **a liberdade de expressão e o acesso à informação sem discriminação**. A UNESCO recomendou que a biblioteca deveria estar sempre atualizada nas vastas áreas do saber para proporcionar informação qualificada aos cidadãos, de modo que todos pudessem **desenvolver o espírito crítico para cumprir deveres sociais e políticos no seu país e no mundo** (UNESCO, 1949).

Desenhou-se para a biblioteca pública um desejo de que ela fosse uma força **viva para** melhorar o papel ativo dos cidadãos na sociedade, permitindo mais educação, cultura e acesso à informação. A biblioteca tem sido concebida como um elemento primário que permite a possibilidade de aceder à informação e tem sido afirmada como crucial à liberdade e ao estabelecimento de uma **sociedade democrática** (IFLA, 2005).

A biblioteca reflete, cognitivamente e valorativamente, a sociedade em que se insere, **informando-a e sendo informada por ela** (Borges, 2001). [É] um lugar socialmente inclusivo que oferece uma variedade de diferentes meios de comunicação e de orientação profissional, na pesquisa de informação e na sua avaliação que pode **complementar o sistema tradicional de ensino** (IFLA, 2003).

A biblioteca pública para além de ser um apêndice da biblioteca escolar, tem hoje um papel fundamental na sociedade, na medida em que se torna um espaço de interação, debates e manifestações culturais e artísticas, extrapolando seu papel de democratização da cultura letrada. **É um centro de promoção cultural, atuando como veículo para o exercício da cidadania** (Ferraz, 2014).

Cada vez mais se vai fortalecendo esta valência da **missão social** da biblioteca pública: a biblioteca como um espaço público de excelência e um lugar de reunião, uma “sala da comunidade”, a biblioteca como um lugar informal onde se cruzam a educação, a cultura e a pesquisa de informação e que proporciona às pessoas uma experiência social positiva (Koontz & Gubbin, 2010).

Entrando no **campo das novas tecnologias**, a biblioteca pública está a viver um momento de indefinição e de viragem, com a circunstância de não poder abandonar o modelo anterior, mas claramente a necessitar de desenvolver outros serviços que

utilizem as facilidades das novas tecnologias. É urgente passarmos à criação da **biblioteca virtual portuguesa** e a responsabilidade coletiva dessa criação é das bibliotecas (Pereira, 2004).

Recentemente, Silvestre Lacerda, o Diretor-geral da DGLB (2018), recordou que é fundamental que as bibliotecas públicas saibam **reinventar-se**, nas diferentes áreas do conhecimento, em função do território, oferecendo serviços de qualidade, com vista a assumirem-se como centros de inovação e de resposta às necessidades culturais e sociais das populações.

Por outras palavras, existe cada vez mais ao nível das Bibliotecas Públicas a necessidade de investir na colaboração entre os serviços culturais e as distintas áreas do conhecimento da história local. A biblioteca tem que antecipar as novas metodologias, tecnologias e necessidades docentes que ajudam a evoluir dia a dia e consequentemente desenvolver melhores serviços, tanto os existentes como potenciar a origem de novos. As Bibliotecas Públicas como armazém cultural, ou ambiente “vivo” ao lado da “memória” – arquivos, museus, bibliotecas – promovem uma cultura combinada. As bibliotecas podem ser também locais de criação científica, cultural e artística, abertos à comunidade, contribuindo para uma maior dinamização dos equipamentos culturais e espaços urbanos (Amândio, 2010).

1.2 Da Web 2.0 à Biblioteca 2.0

1.2.1 Conceito e definição de Web 2.0

Os autores que se dedicam ao estudo da difusão e acesso à informação são unânimes em considerar que o aparecimento da *World Wide Web* veio revolucionar a forma de comunicação e de acesso à informação arquivística (Silva, 2017).

Os utilizadores da internet têm crescido e estão a **evoluir de meros espectadores para participantes ativos** no desenvolvimento de uma rede global (de la Torre, 2006).

Na atualidade, o utilizador é o protagonista, na medida em que é ele que gera e partilha os conteúdos (O'Reilly, 2005).

As definições para Web 2.0 podem mudar dependendo de quem o está a utilizar. Assim, dificilmente se conseguirá uma definição única (Boutin, 2006).

Registado por Dale Dougherty, em 2004, o conceito "Web 2.0 é [definido por O'Reilly (2005) como] a mudança para uma **internet como plataforma**, e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva" (Sena, 2009).

Ao considerar que qualquer contribuição da experiência de **um utilizador da Web pode ser fundamental para a construção da inteligência coletiva**, a plataforma Web é um local aberto à participação e ao enriquecimento, e está assente numa arquitetura de rede social, num espaço dinâmico e flexível (Alvim, 2007).

As ferramentas, aplicações Web 2.0, surgem com **novas características** e quebram com a hegemonia das aplicações comerciais, e, neste sentido, podemos falar de revolução nas tecnologias e nos negócios (Alvim, 2007).

Todas as **ferramentas** que têm vindo a ser disponibilizadas pela internet contribuem para diversificar a oferta de serviços e produtos afetando significativamente, o *modus operandi*¹ das sociedades. Hoje em dia, a comunicação já não é apenas um processo de um para um. Com informações provenientes de diversas fontes e que circulam em diferentes direções, a comunicação transformou-se em inteligência colectiva (Bates, 2005) (Idehen, 2004).

A nova web tem uma arquitetura projetada para uma participação coletiva, que disponibiliza serviços úteis aos seus utilizadores. Todas estas **ferramentas são** gratuitas, de fácil aprendizagem, sendo necessários poucos conhecimentos técnicos. É na definição de um código de linguagem aberta que se define a plataforma Web 2.0 (Soares, et al., 2009).

Para Anderson (2007), a Web 2.0 não é somente um conjunto de aplicações, de serviços, ou de ferramentas, é **um modo, uma atitude de permanecer em rede e de**

¹ *Modus Operandi*: uma expressão em latim que significa "modo de operação", utilizada para designar uma maneira de agir, operar ou executar uma atividade seguindo sempre os mesmos procedimentos. (Dicionário Informal, 2010)

partilhar o conhecimento, construindo a geração 2.0. Esta geração caracteriza-se pela crença e defesa de um conhecimento livre, no desejo de partilhar, de criar, adaptar e reutilizar conteúdos e de fomentar o conceito social de rede global. Estas mudanças estão a criar novos paradigmas educacionais em todo o mundo que através da utilização de novas ferramentas favorecem a conceção de novos modelos de ensino e aprendizagem.

O conceito Web 2.0 assenta em vários **princípios**: o aproveitamento da inteligência coletiva; o reconhecimento de que as experiências dos utilizadores são enriquecedoras para o desenvolvimento dos *interfaces*; o fim do ciclo das atualizações de versões dos *softwares* comerciais; a procura da simplicidade na utilização de *interfaces* ²gráficos e na arquitetura da informação; o confirmar que a gestão de dados é uma competência de todos; que os *softwares* podem e devem ser de utilização gratuita e melhoram com o crescimento da comunidade que os utiliza; que as ferramentas e os conteúdos estão na Web e não nos computadores do utilizador; que a atualização e a criação de conteúdos é realizada de forma dinâmica por todos os interessados, dando um sentido igualitário e colocando a confiança entre os pares, o produtor e o utilizador da informação (Alvim, 2007).

Explicitando melhor os **princípios**, afirma-se que as aplicações da Web 2.0 estão essencialmente em linha, podendo ser descarregadas, mas a WWW (*World Wide Web*) é o lugar digital privilegiado onde as operações são desencadeadas; o reforço da Inteligência colectiva centra-se na contribuição dos utilizadores. Como exemplo, O'Reilly realça o *Wiki* ³que inclui a enciclopédia Wikipedia para a qual os utilizadores contribuem e criam artigos que atraem novos utilizadores; é importante também a ideia de quantas mais pessoas estiveram agregadas a uma aplicação vai permitir o seu desenvolvimento mais rápido e aquisição de mais valor; o *software* 2.0 nunca está terminado, funcionando sempre na versão beta, em desenvolvimento, assume ser uma versão inacabada não exigindo dos utilizadores a aquisição de upgrades (O'Reilly, 2005).

² *Interface* gráfico: conceito da forma de interação entre o utilizador do computador e um programa por meio de uma tela, ou representação gráfica, visual, com desenhos, imagens, etc. (Elias, 2010)

³ *Wiki*: é um *website* que geralmente permite a sua alteração por qualquer pessoa que esteja a navegar na internet e aceda à página. (WIKIVERSIDADE, 2018)

A Web 2.0 veio então trazer **contribuições** e oportunidades estratégicas permitindo a qualquer indivíduo interagir a nível mundial com o acesso a uma variedade de serviços, ferramentas e redes sociais que transformam a forma de se relacionarem com a informação. As tecnologias são agora também de participação fazendo do conhecimento adquirido uma plataforma de partilha, de geração de conhecimento livre, de difusão do conhecimento. Os serviços públicos de informação esforçam-se atualmente por largar a função de serem meramente repositórios de coleções de documentos para se transformarem, aos poucos, em lugares de comunicação e interação com a comunidade, alargando o conceito de comunidade local à comunidade virtual, em consequência da revolução das novas tecnologias 2.0 (Alvim, 2011).

A Web 2.0 representa, portanto, uma **transformação tecnológica**, um novo aspecto qualitativo da Internet, a **transição da era de produção para a era de colaboração** (Barreto, 2011).

O fenómeno das **redes sociais**, do trabalho colaborativo e a presença dos *media online* em muito contribuem para o crescimento exponencial da informação criada e disponibilizada a cada instante. Deste modo, o ser humano está hoje exposto diariamente a uma enorme quantidade de informação, proveniente das mais diversas fontes, com a qual não consegue lidar. Por outro lado muita da informação gerada não interessa de igual forma a todas as pessoas (Barreto, 2011).

1.2.2 Conceito e definição de Biblioteca 2.0

No contexto atual da sociedade da informação, a **Web 2.0 veio então originar uma revolução** no modo como nos relacionamos socialmente e tecnologicamente, à qual as bibliotecas e as unidades de informação não ficaram indiferentes. As bibliotecas por todo o mundo, e em Portugal, acompanham mais ou menos o desenvolvimento veloz das ferramentas sociais, a aplicação de **princípios, atitudes e práticas da Web 2.0**, e começam a incorporar, na missão e nos objetivos, a realização de serviços para e com os utilizadores baseados nas redes sociais (Prado & Castro, 2009).

As bibliotecas estão a tomar consciência das grandes alterações que a evolução da Web lhes está a oferecer, que obrigatoriamente vai mudar a forma como os serviços, os conteúdos, as aplicações, as interfaces se apresentam aos utilizadores,

assim como vai incentivar à criação de outras funções, para além das tradicionais de recolher, tratar, conservar, preservar e difundir a informação (Alvim, 2011).

O **conceito Biblioteca 2.0**, por analogia ao termo Web 2.0, foi designado por Michael Casey, em 2005, no blogue LibraryCrunch24, e a partir daí adotado progressivamente pela comunidade profissional internacional, e discutido na blogosfera (Alvim, 2011).

A Biblioteca 2.0 é a aplicação das tecnologias e ferramentas inerentes à Web 2.0 às tarefas, serviços e produtos das bibliotecas tradicional e onde predomina uma nova atitude face ao utilizador (Maria, 2013).

Por vezes a **Biblioteca 2.0** é descrita e definida como uma rutura com uma fase anterior da Web, cujos sítios Web são estáticos e a comunicação assíncrona entre bibliotecas e utilizadores, o que tornaria esta biblioteca obsoleta e a necessitar de ser substituída por esta nova Biblioteca 2.0. Porém a designação 2.0 **pretende ser a denominação referente a uma versão mais atualiz ada da Web e não a uma realidade nova**, sendo assim, a Biblioteca 2.0 não deve ser interpretada como uma oferta de uma nova geração de serviços, mas uma representação de um subconjunto de novos serviços que surgem da preferência pelas tecnologias e princípios inerentes à Web 2.0 (Habib, 2006).

Muito embora **as tecnologias web 2.0** constituam preciosas ferramentas para o desenvolvimento de um modelo de biblioteca 2.0, estas **não são o seu fundamento**, sendo a base deste modelo o envolvimento dos cidadãos nos serviços bibliotecários, a sua participação efetiva em qualquer momento e em qualquer lugar (Garcia, 2009).

A **biblioteca digital** não é mais do que a extensão dos serviços tradicionalmente desenvolvidos transpostos para um ambiente digital. A biblioteca digital surge para procurar resolver alguns dos problemas da biblioteca física na medida em que esta, por albergar objetos de informação de natureza analógica, tem limitações inultrapassáveis de que é exemplo a partilha necessária do mesmo espaço-tempo entre o objeto de informação e o utilizador (Borges, 2001).

No **modelo conceptual da Biblioteca 2.0**, segundo Habib (2006), esbatem-se os limites entre a biblioteca enquanto espaço físico e a biblioteca espaço virtual. **O mais importante é a interação entre pessoas, tanto física como virtual**. A biblioteca que se

assume como tal, é uma biblioteca transformada, utiliza as tecnologias da informação e inova os seus serviços, cujo axial é a **interação**, ela está no lugar e no tempo que os seus utilizadores necessitam. A Web 2.0 abre novas possibilidades de comunicação e de informação, nas atividades das bibliotecas e na prestação de serviços ao utilizador. A filosofia proposta para a biblioteca social permite que os serviços que ela oferece sejam dinâmicos e interativos.

Partindo então do conceito Web 2.0, que contribuiu para a emergência de um paradigma social marcadamente caracterizado pelas culturas participativas, o conceito de Biblioteca 2.0, é proposto como um novo modelo de biblioteca e serviços bibliotecários **centrado no utilizador e concebido a partir do seu contributo e participação efetiva**. Neste sentido, mais do que uma mudança organizativa, estrutural e tecnológica dos serviços bibliotecários, este conceito **pressupõe uma mudança de atitude dos responsáveis pelas bibliotecas face aos seus utilizadores**, procurando reduzir as fronteiras entre estes e envolver ativamente os cidadãos na conceção de serviços de modo a adequá-los melhor às suas verdadeiras necessidades e expectativas (Jenkins, 2008) (Weinberger, 2007).

Os pilares que despertam interesse para fundar o conceito de Biblioteca 2.0 [...] são o reutilizar, o partilhar, o melhorar continuamente, o aproveitamento da inteligência coletiva, a confiança nos conteúdos produzidos pelo conjunto de pessoas, a utilização de novas tecnologias, a composição de novos serviços para o utilizador, as mudanças de atitude dos profissionais da informação. A biblioteca pode torna-se **mais interativa**, colaborativa e necessitada das intervenções da comunidade, virtual e física, que a frequenta. O conceito é uma evolução da situação da biblioteca na sociedade de informação, acrescenta à sua faceta de mediadora da informação, a faceta de meio de comunicação (Alvim, 2007).

A aplicação das tecnologias Web 2.0 aos serviços e coleções de bibliotecas tem sido apelidada de Biblioteca 2.0. Na velha Web, o catálogo de acesso público *online*, o *Open Public Access Catalog* (OPAC) das bibliotecas era estático, não se comparava ao catálogo da Amazon.com, que sempre foi extremamente dinâmico. Os catálogos *online* das bibliotecas eram baseados em texto e estáticos e não correspondiam às necessidades dos utilizadores nem permitiam que eles pudessem interagir uns com os outros nem com o bibliotecário. Atualmente, as bibliotecas já começam a evoluir em ambientes mais

interativos, ou seja, as bibliotecas estão a adotar as tecnologias da Web 2.0 (Maria, 2013).

Alvim (2007) refere ainda que existem vários **serviços** que podem ser incorporadas na biblioteca como o exemplo da wikipédia e dos blogs, assim como outros serviços muito poderosos, como a sindicância de conteúdos; introdução de marcadores sociais, como o marcador de favoritos de páginas web; referências bibliográficas comentadas; introdução do *Podcast* (ficheiros áudio); utilizar sítios para partilhar imagens, como *Flickr*; utilizar as redes sociais, como o *MySpace*, criando um perfil para a biblioteca; utilizar API9, como as do *Google Maps* para incorporar conteúdos da biblioteca; etc.

Carmo (2015), faz uma distinção das características da Biblioteca 1.0 e Biblioteca 2.0:

Biblioteca 1.0	Biblioteca 2.0
Correio eletrónico e páginas de questão mais frequente (FAQ's)	Serviço de <i>chat</i>
Tutorial baseado em texto	<i>Streaming media</i> em base de dados
Listas de correio eletrónico, <i>webmaster</i>	Blogs, <i>wikis</i> , rss
Esquemas de classificação controlada	Indexação com base em esquemas controlados
Catálogo impresso	Catálogo com agregados blogs, <i>wikis</i> e páginas web

Tabela 1 - Diferenças entre biblioteca 1.0 e biblioteca 2.0

Os **novos serviços** da biblioteca 2.0 superam os canais tradicionais de comunicação unidirecionais que as bibliotecas empregam, sem a possibilidade de retroalimentação e com o nível de conversação muito baixo. A Internet e as novas ferramentas de comunicação e de informação contribuíram para a modernização, mas especialmente revolucionaram os serviços de informação, dispondo os profissionais da informação e os utilizadores - consumidores a colaborar na procura de uma melhor resposta a uma pesquisa de informação. Um dos serviços que se destaca nesta faceta é o serviço de referência, que é um serviço básico em qualquer biblioteca, tanto nas públicas como nas académicas, e que tem a missão de responder aos interesses e necessidades de informação do utilizador, tendo na atualidade assumido um carácter

virtual, com a utilização dos computadores e das tecnologias de transmissão, que permitem a comunicação, sem as coordenadas do tempo e do espaço a interferirem neste processo, como por exemplo sistemas de comunicação por voz (videoconferência) ou sistemas de comunicação escrita (chat, IM) (Alvim, 2011).

Visando também ampliar o alcance dos serviços das bibliotecas, propõe-se que estes sejam prestados através de diversos **canais**, nomeadamente através da web, aumentando a visibilidade da biblioteca e podendo, assim, chegar a novos e potenciais utilizadores (Garcia, 2009).

O **alargamento de serviços** da biblioteca através da web revela-se, neste contexto, vantajoso, sobretudo no que respeita à disponibilização de serviços 24 horas por dia e 7 dias por semana, a possibilidade de acesso remoto a serviços e coleções eventualmente digitalizadas, a viabilidade de chegar de forma mais eficaz a novos utilizadores, designados como “nativos digitais”, bem como, chegar a um público mais abrangente e geograficamente distante, entre outros (Casey & Savastinuk, 2007).

A Biblioteca 2.0 está vocacionada para levar a informação aos utilizadores, por intermédio dos serviços e produtos prestados pelas bibliotecas por meio da Internet e envolver os utilizadores na participação e construção de conteúdos (Maria, 2013).

A Biblioteca 2.0 também tenta explorar as habilidades do utilizador no projeto e implementação de novos serviços através do encorajamento do feedback e da participação. Os defensores da Biblioteca 2.0 chamam de “*radical trust*” (confiança radical) a relação entre os utilizadores e a biblioteca de maneira bem-sucedida. Os investigadores dessa área previram que o modelo de Biblioteca 2.0 acabaria por substituir o modelo da biblioteca tradicional, onde as ofertas de serviços são unidireccionais e têm caracterizado as bibliotecas durante séculos (Teotônio, 2011).

Para o sucesso da implementação de ferramentas web 2.0, Margaix Arnal (2008) indica três **fatores fundamentais**: utilizadores participativos com vontade de colaborar no desenvolvimento dos serviços da biblioteca; uma biblioteca receptiva à participação destes utilizadores e com funcionários formados e dedicados à manutenção e alimentação destas plataformas; um espaço web interativo que estabeleça as condições para a participação conjunta de modo a fomentar o crescimento dos serviços da biblioteca e o enriquecimento intelectual dos seus utilizadores. É pois necessário

conhecer os **utilizadores** e o que eles procuram e pretendem das bibliotecas, antes mesmo da incorporação das ferramentas, nos sítios Web, e no acesso a novas plataformas. O serviço ao utilizador é o ponto central, ele é o **ator principal da biblioteca** e participa na sua evolução, podendo escrever e ler no blogue da biblioteca, participar numa rede social em que a biblioteca esteja presente, comunicar através de um *chat* com ela, enriquecer com comentários, interagir num portal personalizado (Alvim, 2011).

A nova biblioteca está centrada no **utilizador, que é considerado um criador de conteúdos** dinâmicos e um ativo participante no tratamento e incorporação de informação, juntamente com o profissional especialista nesta matéria. De uma forma inovadora, as bibliotecas têm a possibilidade de crescerem e de se renovarem com a contribuição da comunidade virtual, com os dados provenientes dos comportamentos dos utilizadores. Surgem serviços que permitem destacar o **utilizador 2.0, aquele** que faz chegar, difundir, partilhar, colaborar com conhecimentos bem fundamentados, e com capacidade de autonomia, aqueles que sabem qual a fonte de informação e querem também fazer parte dela, usando as ferramentas e os produtos da Web 2.0 (Alvim, 2011).

O aparecimento da Web 2.0 levou a que se repensasse a biblioteca, no âmbito da partilha e interatividade com o utilizador. Nessa linha de pensamento, os profissionais de informação perceberam a aplicabilidade das ferramentas da nova Web para a promoção e uso da informação (Maria, 2013).

Além disso, com essa nova realidade emerge um novo perfil profissional para atender as necessidades tanto institucionais como as advindas do contexto externo, este profissional é encontrado na literatura com a denominação: **o bibliotecário 2.0**. (Teotônio, 2011).

No blogue Library 2.0: Academic's Perspective³⁵ de Laura Cohen, (A Librarian's 2.0 Manifesto³⁶), é traçado o perfil dos **bibliotecários 2.0**. Segundo ela, eles terão que adquirir novos conceitos de atuação da Web 2.0, precisam de comunicar e de que as suas bibliotecas saiam de dentro dos seus espaços físicos, sem aguardar pelas atualizações caras e morosas das páginas Web que as instituições possuem. Precisam de ter uma presença virtual próxima dos utilizadores, permitindo que estes colaborem na criação e manutenção dos conteúdos (Alvim, 2011).

Os **bibliotecários** devem apostar em espaços dinâmicos, participativos, interativos, valorizando a inteligência colectiva e centrados no utilizador. Eles estão ainda a começar a conhecer e a escrever sobre o impacto das tecnologias da Web 2.0 na biblioteca (Maria, 2013).

Concluindo, a biblioteca 2.0 pode ser entendida como um espaço, onde os utilizadores são também colaboradores ativos no ciclo de produção da informação e uso dos serviços de informação da web 2.0 (Carmo, 2015). Neste sentido poder-se-á dizer que

a **biblioteca digital** traz a biblioteca ao utilizador pelo poder do computador em pesquisar e navegar, pela possibilidade de partilha de informação, pela capacidade de atualização, pela disponibilidade e porventura pela emergência e partilha de informação (Borges, 2001).

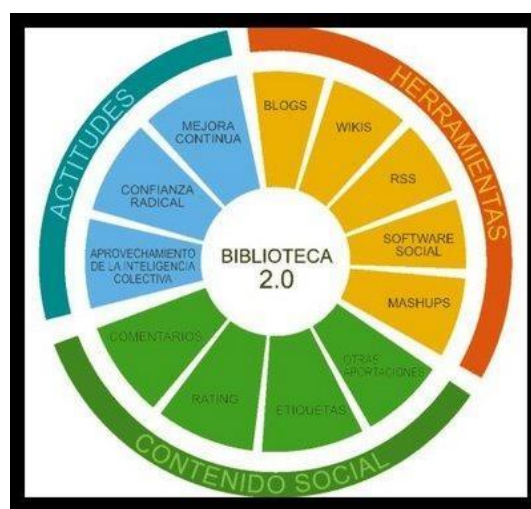


Ilustração 1 - Elementos básicos da web 2.0, por Margaix Arnal

1.2.2.1 *Produtos e serviços da web 2.0 aplicáveis à biblioteca 2.0*

O papel das bibliotecas enquanto “portais” de informação passou a ser partilhado com **outras fontes**, de acesso mais fácil e rápido, e, ainda que a sua credibilidade e qualidade possam ser questionáveis, o facto é que estas fontes tornaram-se mais apelativas, designadamente para as gerações mais jovens, vendo a biblioteca pública, com regularidade, numa situação de marginalização pelos cidadãos (Lima, et al., 2015).

A **web 2.0 proporcionou o aparecimento de ferramentas que hoje estão arraigadas no nosso quotidiano e que podem ser perfeitamente usadas no quotidiano das bibliotecas**. Os recursos da web 2.0 permitem aos bibliotecários utilizarem a web como ferramenta de informação e referência de forma dinâmica e criativa (Carmo, 2015).

Ainda que a utilização de tecnologias web, designadamente tecnologias web 2.0, para o desenvolvimento deste modelo de biblioteca 2.0 não deva ser entendida como um

fim em si mesmo, os autores têm sido unânimes ao destacar **a importância da utilização destas tecnologias** enquanto canais de comunicação multidirecionais e enquanto meios complementares de prestação de serviços (Lima, et al., 2015).

Os avanços tecnológicos têm permitido à biblioteca criar novos serviços que antigamente não eram possíveis, tais como o serviço de referência *online*, interfaces personalizadas OPAC, ou a possibilidade de fazer download de documentos que os utilizadores da biblioteca podem efetuar mesmo a partir de casa. Estas **facilidades**, serviços personalizados e participativos, oferecidos pelas bibliotecas permitem um melhor desempenho do serviço prestado por elas, independentemente da ferramenta que se usar. Apesar disso, nem todos os serviços oferecidos pelas bibliotecas são usados pelos utilizadores (Maria, 2013).

Ao ampliarem o alcance da biblioteca para além do seu espaço físico, **estas tecnologias dão-lhe, também**, maior visibilidade e possibilitam a identificação de novos públicos. Estabelecem as condições para uma oferta de serviços mais eficiente e para uma maior integração da biblioteca na comunidade onde se insere, contribuindo, assim, para a criação de um modelo verdadeiramente destinado à comunidade e criado com a comunidade (Lima, et al., 2015).

Neste sentido, (Lima, et al., 2015) consideram que “muito do sucesso da biblioteca depende não só da utilidade da coleção, mas também da funcionalidade do [seu] *website*”, sendo que este deve ser visto como uma extensão do espaço físico da biblioteca.

Hilbuln (2011) observa também que as páginas web das bibliotecas não devem ser apenas um meio complementar para disponibilização de recursos de informação, mas refletir uma envolvimento com a comunidade, promover a sociabilização e dinamizar atividades que fomentem o desenvolvimento cultural e intelectual dos seus membros.

(Lima, et al., 2015), consideram a utilização de tecnologias web, nomeadamente web 2.0, determinantes no desenvolvimento de estratégias de marketing e promoção de serviços bibliotecários, apontando várias vantagens apresentadas por plataformas, entre as quais, redes sociais como o Facebook ou Twitter, sites de partilha de imagens como o Flickr, sites de partilha de vídeos como o YouTube ou blogues. Entre as **vantagens** referidas destacam-se o seu baixo custo, o menor tempo que requerem na sua

implementação e gestão, o facto de serem utilizadas universalmente e chegarem instantaneamente à comunidade, o facto de permitirem uma maior aproximação entre os funcionários da biblioteca e a comunidade onde esta se insere, por serem colaborativas e interativas, e o facto de estarem sempre disponíveis. Estas **vantagens** têm sido também perçecionadas pelas bibliotecas públicas, onde se tem verificado um aumento significativo da utilização de tecnologias web 2.0, sobretudo para efeitos de marketing e promoção de serviços.

De facto, “o *software* social oferece possibilidades para a comunicação, colaboração e construção de comunidades com os seus utentes sem precedentes”, logo, o foco dos bibliotecários deve centrar-se nos utentes e fornecer-lhes melhores serviços através da web 2.0, designadamente através de uma maior interlocução e interação com eles e do seu envolvimento, da sua colaboração e participação efetiva. E isto pressupõe, naturalmente, uma mudança de atitude dos responsáveis pelas bibliotecas em relação aos seus utentes, sobretudo, pressupõe uma “confiança total no utilizador” bem como no potencial do seu contributo, e sem a qual não faz “sentido” abrir espaços para a participação” (Margaix-Arnal, 2007).

Resumindo, as tecnologias da web 2.0 podem ser facilmente integradas nos serviços de bibliotecas existentes, e oferecidos através do portal da biblioteca. Entre os benefícios imediatos para oferecer esse tipo de serviço e, que melhoram a experiência do utilizador da biblioteca encontra-se (Peltier-Davis, 2009):

- a) Serviços proativos: uso de ferramentas como blogs, wikis, feeds RSS, podcasts (do iTunes da Apple), vídeos (em YouTube), partilha de fotos no Flickr, e mensagens instantâneas via Twitter.
- b) Melhoria da comunicação (interna e externa): ferramentas de redes sociais, não só melhoram a comunicação de uma biblioteca (externa) com os seus utilizadores, mas também melhoram a comunicação interna e a partilha de conhecimentos.
- c) Implementação imediata: Colocar o conteúdo na web não é mais o direito exclusivo de especialistas com conhecimento de HTML e linguagens de programação web. Qualquer um pode adicionar conteúdo *online* devido à facilidade de criação de blogs, wikis, podcasts, videocasts e perfis em redes sociais.

- d) **Sobrevivência:** Os bibliotecários devem acompanhar o desenvolvimento da web 2.0. Caso estes profissionais hesitem, outros serviços de informação rivais irão fazer o trabalho. Por exemplo, o Google Book Search (<http://books.google.com>), que fornece acesso ao texto integral ou parcial de livros, tem digitalizado e armazenado num banco de dados digital contendo vários livros de diversas áreas (Teotônio, 2011).

1.2.3 Bibliotecas públicas portuguesas na web

A **primeira década do século XXI** foi uma oportunidade para as bibliotecas desenvolverem serviços para diminuir o fosso digital existente nas comunidades menos desenvolvidas. A questão da inclusão digital como uma das facetas da missão social para a biblioteca pública foi colocada nos documentos internacionais com o desenvolvimento da Internet e pela grande avalanche de disponibilização de conteúdos na rede. Surgiu, então, a necessidade da biblioteca pública oferecer um novo serviço (Alvim & Melo, 2015).

Muitas das repercussões das inovações tecnológicas nas bibliotecas são explícitas e bem conhecidas, outras provocam mutações muito subtis e às vezes muito dificilmente perceptíveis, contudo não menos importantes. É do conhecimento geral que a inovação tecnológica requer grandes ajustes nas organizações e empresas. Ainda que os serviços públicos, de onde se destacam as bibliotecas, acolham em certa medida estes ajustes, é notório que **haja um antes e um depois de acontecimentos tais como a aparição da Internet, os acessos móveis ou das ferramentas 2.0.** (Amândio, 2010).

Em **Portugal**, à semelhança do que aconteceu em outros países, fez-se sentir uma mudança de paradigma social impulsionada, em parte, pela expansão do acesso à internet a baixos custos e pela proliferação de tecnologias web 2.0 que resultou no crescimento de uma cultura participativa. Deste modo, e porque a internet se tornou num recurso predominantemente utilizado pelos internautas para pesquisa de informação, vários autores têm salientado a importância da utilização deste meio como canal complementar de comunicação e para prestação de serviços bibliotecários (Alvim, 2011).

Considerando a biblioteca pública como uma força viva para a educação, cultura e informação e sendo esta detentora de verdadeiros repositórios de literatura e memórias

Documentais da história humana, poderá representar um forte contributo para o desenvolvimento intelectual da sociedade e para o aumento do seu nível de literacia, pressupondo para tal uma integração na comunidade onde se insere e posicionamento face à sua evolução cultural e tecnológica. A importância da utilização de plataformas web na divulgação de programas e atividades das bibliotecas e como forma de estender determinados serviços a uma comunidade de utilizadores mais ampla tem sido debatida por diversos autores portugueses, mas **a utilização destas plataformas pelas bibliotecas públicas portuguesas ainda se revela reduzida, não sendo a participação dos utilizadores particularmente estimulada** (Lima & Alvelos, 2012).

1.3 *Websites* enquanto ferramenta da Biblioteca 2.0

A criação [de um *website*] da biblioteca permite a uma biblioteca física oferecer aos seus clientes/utentes um acesso mais direto, rápido e constante a recursos, não olhando à distância que os separa. A biblioteca digital oferece uma quantidade impressionante de recursos e de informações de qualidade, pois são selecionados por profissionais de acordo com normas e critérios precisos (Inafuko, 2013).

A [*website* de uma] biblioteca pública, permite a que qualquer pessoa possa ler, estudar, aprender e interagir com um universo literário. Permite, aos leitores de todo o mundo, o acesso direto [ou através de *download*] a livros em formato eletrónico. Milhares de pessoas poderão ter livre acesso a livros sem o custo de imprimir ou requisitar no espaço físico. Trata-se de um servidor único a que todos os leitores sem exceção podem aceder (Procópio, 2005).

Uma Biblioteca Digital Pública é 100% de acesso livre para todos à cultura. A Biblioteca Digital poderá abarcar, além de livros, todas as demais formas de expressão escrita. Esta abrangência também propicia que os utilizadores do *website* participem em diversos momentos sociais onde podem debater, comentar acerca do universo literário. Assim, a biblioteca digital propiciará uma interatividade, pouco possível nas bibliotecas enquanto espaço físico, através da comunidade que se formará em torno dela (Procópio, 2005).

Teremos assim, uma biblioteca digital, como uma espécie de sala de leitura e de pesquisa virtual. Nela, os utilizadores poderão ler textos no próprio [*website*], poderão

ter a opção de fazer o *download* de textos [fazer *download* imediato] para o seu computador. O *website* da biblioteca poderá com isto proporcionar horas de lazer, e também servir como base para pesquisas, inclusive pesquisas/trabalhos científicos (Procópio, 2005).

A biblioteca digital não se limita unicamente ao conceito de *corpus* documental, inclui também um conjunto de serviços acessíveis à distância como empréstimo entre bibliotecas, referência virtual, serviço de informação para utilizadores (Leroux, 2007).

Por conseguinte, o processo de informatização das bibliotecas impulsionou o surgimento de novas ferramentas digitais, sistemas de organização do conhecimento na Web, gestão de bibliografias, gestão digital de documentos, sistemas de gestão de conteúdos e blogs, banco de imagens, *book marks* e redes sociais (Poty, et al., 2011).

Neste sentido poder-se-á dizer que [os *websites* das bibliotecas] são ambientes informacionais digitais que promovem o acesso à informação e tal como nas bibliotecas tradicionais devem oferecer aos seus clientes/utentes os mesmos tipos de serviços, como por exemplo, disseminação da informação, serviço de referência digital, expositores de obras, entre outros (Inafuko, 2013).

A utilização de recursos da web colaborativa em bibliotecas é essencial para que este ambiente se torne num local mais dinâmico e mais participativo, procurando a atualização no âmbito tecnológico, bem como acompanhar as mudanças de comportamento e os novos perfis de clientes/utentes. Considera-se, que o conceito da biblioteca 2.0, tal como descrito anteriormente, deve ser aplicado em bibliotecas digitais, uma vez que as bibliotecas digitais e as bibliotecas físicas possuem os mesmos tipos de funções, atividades e serviços, diferenciando-se apenas pela estrutura física e tecnológica em que são construídas. Além disso, no caso das bibliotecas digitais, toda a comunicação, o atendimento e a execução de serviços serão realizados de forma digital, de forma que o uso de Tecnologias de Informação e Comunicação e recursos da web 2.0 possam contribuir para um serviço mais satisfatório e qualitativo (Inafuko, 2013).

1.3.1 Diretrizes para implementação do *website*

Rublescki (2009) afirma que devido ao poder da interatividade amparada por tecnologias cada vez mais refinadas e novas ferramentas que constroem o Marketing Interativo surgiu um novo conceito de cliente, o cibercliente.

Kotler (2010) realça o novo conceito de Rublescki (2009) explicando que, atualmente, os clientes/utentes já podem visitar estabelecimentos virtuais. A internet proporciona aos clientes/utentes a obtenção de informações complementares acerca dos produtos ou serviços que nem sempre conseguem obter no espaço físico.

Os utilizadores de um *website* não têm somente diferentes necessidades, também têm diferentes níveis de experiência e de exigência no mundo *online*. Por isto, é importante que a estrutura de um *website* tenha em conta fatores como: velocidade da internet, o motor de busca que o utilizador usa para navegar no *website*, resolução dos ecrãs, os diferentes dispositivos de acesso (computador, tablet, smartphone), entre outros. Estes aspetos é que fazem a diferença entre converter e não converter um visitante num cliente/utente (Schneider, 2011).

De acordo com Peppers & Rogers Group, os cinco pontos mais importantes para desenvolver um *website* são:

- **Não proteger apenas a privacidade dos clientes/utente. Deve ser dito como será feito:** as relações baseiam-se em confiança. Os melhores *websites* deixam isso bem claro e expõem as suas políticas de privacidade de forma bastante evidenciada na *homepage*. Isso assegura que as informações fornecidas pelo cliente/utente somente serão utilizadas para o seu benefício, incentivando à colaboração;
- **Explicar os motivos e justificar a criação da relação:** os melhores *websites* são explícitos e detalham exatamente como as informações fornecidas pelos clientes/utentes serão utilizadas e qual será o benefício relacionado;
- **Organizar o *website* por necessidades de clientes/utentes, não por produtos:** os melhores *websites* são organizados ao redor das distintas necessidades dos clientes/utentes em vez de produtos. Isto permite que os utilizadores rapidamente encontrem o que procuram e tenham ofertas consistentes com os seus interesses, não com os interesses de venda/não venda da empresa/instituição;

- **Permitir que os clientes/utentes tenham controlo sobre os conteúdos e sobre os seus dados:** os melhores *websites* estão bastante avançados em relação ao controlo que dão aos utilizadores com relação à atualização de dados pessoais, conteúdo, escolha de assuntos que tem interesse e a respeito dos quais gostariam de receber notificações via email, sms, etc;
- **Motivar os clientes/utentes e incentivar a colaboração:** os melhores *websites* incentivam a permanência dos clientes/utentes e os desenvolvem ao longo do tempo. A melhor forma de fazer-lo é através da observação do comportamento do cliente/utente no *website*, das suas transações e interações. Dessa forma, podemos antecipar as necessidades dos clientes/utentes, e apresentar ofertas, informações e recomendações personalizadas, fruto da aprendizagem ao longo do tempo de relacionamento com o cliente/utente. Os melhores *websites* armazenam dados que permitem a antecipação de necessidades (Peppers & Rogers, 2000).

Na mesma ótica, Dionísio et. al (2009) complementam dizendo que os *websites*, devem possibilitar que o cliente/utente recolha informações 24 horas por dia, de forma simples e direta sobre o produto/serviço que o mesmo procura. Ao consultar um *website*, o cliente/utente deixa determinadas “pistas” que mais tarde poderão ser utilizadas pela empresa/instituição para oferecer um produto que vá ao encontro das necessidades do cliente/utente. De facto, os sistemas informáticos permitem que se observe os padrões de navegação do cliente/utente e permitem recolher mais informações através de formulários e/ou questionários que o cliente/utente preencha. Atualmente consegue saber-se que páginas o cliente/utente visitou, se voltou, o tempo médio de permanência no *website*, os produtos ou serviços que subscreveu, entre outros aspetos que permitirão, posteriormente **traçar um perfil** mais completo do cliente/utente, nomeadamente de acordo com os seguintes critérios: geográficos; demográficos; psicográficos; produtos/serviços utilizados e data de subscrição; necessidades e interesses; preferência de serviços; *status* do visitante (é novo ou voltou?).

Para completar estas observações, a, Vieites e Espiñeir (2008) afirmam que quando se pensa em desenvolver um *website* deve-se ter em conta os seguintes aspetos:

- Que tipo de *website* se pretende construir, ou seja, com que intuito/objetivo se vai pensar o mesmo: se é apenas para marcar presença na internet e melhorar a imagem; para mostrar os produtos; para influenciar à compra ou como mero suporte de influenciar o cliente/utente;
- Como se vai promover o *website*, ou seja, decidir como se vai dar a conhecer que a empresa/instituição já tem um *website*, de forma a gerar audiência/tráfego;
- Como se vão avaliar os resultados do investimento na construção do *website*;
- Determinar formas de manter o mesmo atualizado, uma vez que os motores de busca procuram sempre novas informações e se um *website* fica muito tempo sem informação/atualização, deixa de ter importância para os motores de busca e a empresa/instituição perderá notoriedade na Web.

Tendo em conta o que foi dito até agora sobre os *websites*, é possível concluir-se que um bom *website* terá que ser rico em conteúdos, mais do que ter uma boa aparência em termos de imagem (Marques, s.d.).

De facto, as pessoas não vão à internet procurar publicidade, mas sim conteúdos que lhes possam interessar. Se o *website* for capaz de fornecer esses conteúdos, a empresa/instituição conseguiu criar uma relação com o cliente/utente, ainda que uma relação virtual (Scott, 2007).

1.3.1.1 Da biblioteca

1. A tarefa de organizar informações [no *website* da biblioteca] afeta diretamente a navegação do cliente/utente. Assim, a etapa da organização é de extrema importância para o desenvolvimento de uma biblioteca digital (Inafuko, 2013).

De acordo com Inafuko (2013), o [*website* da biblioteca] está organizado da seguinte maneira:

- Cabeçalhos/menus: são representações que simplesmente descrevem o conteúdo que se segue. Os cabeçalhos/menus frequentemente estabelecem hierarquias dentro do texto, determinando categorias e subcategorias;

- Links contextuais: são *links* que representam informações que remetem para outras páginas. Geralmente, este tipo de funcionalidade decorre de *links* dentro de documentos, e ocorre dentro de um contexto específico;
- Termos de indexação: podem ser utilizados para descrever qualquer tipo de conteúdos, tais como palavras-chave, *tags*, metadados descritivos e taxonomias.
- Navegação: a navegação [num *website*] possui, geralmente, um número reduzido de opções, são os [menus que mostram ao cliente/utente] os direção mais consistente. Estes menus devem ser utilizados de forma a construir um senso de familiaridade com o cliente/utente. Exemplos: Página principal, *Home*, Procura, Pesquisa, Mapa do Site, Conteúdos, Contacto, Fale connosco, Ajuda, FAQ, Sobre;
- Iconografia: são ícones que representam o conteúdo de uma informação, da mesma forma que um menu textual. O problema com o uso de ícones deve-se ao facto de que estes constituem uma linguagem muito mais limitada do que o texto, por isso são mais utilizados em sistemas de navegação mais simples.

Para Morville e Rosenfeld (2006), a **organização** é o sistema de procura/pesquisa. Este sistema auxilia o cliente/utente a aceder rapidamente à informação contida no *website* por meio das ferramentas de pesquisa. Este tipo de recurso é de extrema importância dentro de qualquer *website*, e nesse sentido, Morville e Rosenfeld (2006) destacam que as ferramentas de procura/pesquisa auxiliam a encontrar a informação quando esta última possui um volume elevado para navegação (Inafuko, 2013).

Para estes, o trabalho de **organização** consiste em compreender e atender a três dimensões de variáveis. A primeira são os clientes/utentes (utilizadores), as suas necessidades, tarefas, hábitos e comportamentos. A segunda são as características do conteúdo que será apresentado (objetivo, uso, volume, formato, estrutura, dinamismo). Por fim a terceira são as especificidades do contexto de uso do *website* (proposta de valor de *website*, cultura e política da empresa, restrições tecnológicas, localização etc) (Fantinel, 2009).

Por sua vez, Wodtke e Govella (2009) propõem uma **organização de cariz social**, dividida em identidade, relacionamentos e atividades.

A identidade atua como uma forma para o utilizador expressar a sua personalidade e, em geral, é acessível e protegido por um login único. Este elemento divide-se em quatro tipos: perfil, avatar, presença e nível de interação (Inafuko, 2013).

- Perfil (*profile*): o perfil é composto por um conjunto de informações sobre o cliente/utente, às vezes inclui uma breve biografia e o resultado de um questionário (hobbies, interesses, visão política etc.);

- Avatar: o avatar é a representação gráfica do cliente/utente na web, isto é, uma pequena imagem seguida do nome, de forma a representar quem o cliente/utente é na rede. O avatar é um elemento importante para as estruturas de *websites* mais sociais;

- Presença (*presence*): Wodtke e Govella (2009) afirmam que para qualquer comunidade ser convidativa e vibrante é necessário que esta tenha uma sensação de vida, de modo a manifestar a presença dos seus clientes/utentes a partir de “pegadas na areia digital” deixadas recentemente no *website*.

- Nível de interação (*reputation*): define-se como a soma de todas as ações de um cliente/utente dentro de um *website* específico, a partir de critérios estabelecidos pelo *website*. No contexto das bibliotecas digitais, a identidade do cliente/utente não é pública para todas as pessoas. Em geral, o perfil de um cliente/utente só pode ser visualizado por ele mesmo e pela biblioteca. A vantagem de se criar um perfil nesse tipo de ambiente é que a partir do login, o cliente/utente pode guardar as suas preferências durante a pesquisa, guardar os livros, histórico de navegação no *website*, ver os itens guardados, colocar comentários a itens específicos, entre outros (Inafuko, 2013).

Os relacionamentos estão presentes tanto no mundo real como no digital. Assim, os relacionamentos na rede são muito importantes enquanto elemento no desenvolvimento de *websites*, pois os clientes/utentes esperam poder relacionar-se com outros, da mesma forma como acontece na vida real.

As atividades, que os clientes/utentes podem realizar no *website*, são divididas em quatro elementos: partilha, conversações, colaboração e sabedoria coletiva. (Inafuko, 2013).

- Partilha (*sharing*): o cliente/utente tem a possibilidade de partilhar imagens, textos, músicas, entre outros;

- Conversações (*conversations*): a comunicação e as conversações são o cerne da comunidade. Sem a possibilidade de se comunicar, os clientes/utentes deixam de se expressar, e a comunidade acaba por desaparecer;

- Colaboração (*collaborating*): são recursos que possibilitam a um grupo de clientes/utentes o trabalho em colaboração. A colaboração no [*website* da biblioteca] pode ser feita de duas formas: direta e indireta. A colaboração direta é aquela em que o cliente/utente colabora diretamente com o conteúdo a ser partilhado, produzindo conjuntamente com outro cliente/utente, ou participando ativamente como colaborador. A colaboração indireta acontece quando o cliente/utente partilha algum dado, informação, ou comentário que pode ajudar outro cliente/utente na produção de conteúdos

- Sabedoria coletiva: “Ao contrário da colaboração, em que a abordagem é trabalhar em conjunto para um objetivo conhecido, a abordagem em *websites* da sabedoria coletiva é influenciar pessoas a agir individualmente nos seus próprios interesses e então agregar essas escolhas em padrões” (Inafuko, 2013).

2 O sistema de navegação tem por objetivo proporcionar qualidade na interação com o *website* [da biblioteca] ao desenvolver caminhos que facilitem a obtenção da informação desejada.

As ferramentas de navegação devem ser utilizadas para alcançar três objetivos: traçar o caminho percorrido até a informação, determinar em que parte do *website* o cliente/utente se encontra e conseguir fazer o caminho de volta (Inafuko, 2013).

Morville e Rosenfeld (2006) consideram que o planeamento correto do sistema de navegação possibilita a criação de um senso de contextualização e familiaridade, proporcionado ao cliente/utente explorar novos ambientes. O sistema de navegação é composto por **dois tipos de navegação**: sistema de navegação integrado (*embedded navigation system*) e sistema de navegação suplementar (*supplemental navigation system*). O sistema de navegação integrado é dividido em navegação global, local e contextual e fornecem contexto e flexibilidade, auxiliando os clientes/utentes a entender onde estão e onde podem ir:

- Navegação global: este elemento deve estar presente em todas as páginas do *website* [da biblioteca] e geralmente localiza-se no topo de cada página em forma de barra de navegação. Este elemento permite o acesso direto às principais áreas e funções do *website*;
- Navegação local: este elemento tem por função complementar a navegação global, oferecendo opções locais de navegação;
- Navegação contextual: este elemento diz respeito aos relacionamentos entre páginas. Alguns relacionamentos não se encaixam dentro das categorias estruturadas da navegação global e local, exigindo a criação de uma navegação contextual. Esse tipo de navegação utiliza *links* específicos que redireciona o cliente/utente para uma página, documento ou objeto particular (Inafuko, 2013).

O sistema de navegação suplementar tem como função dar suporte à navegação integrada, e podem auxiliar na usabilidade e na localização dentro dos *websites* [de biblioteca]. O sistema de navegação suplementar inclui: mapa do *website*, índice do *website*, guias, assistentes/configuradores e procura/pesquisa.

O elemento mapa do *website* apresenta todos os itens contidos no *website* em forma de gráficos, figuras e/ou hipertexto, oferecendo ao cliente/utente o acesso direto às páginas do ambiente. Geralmente, um mapa do *website* apresenta apenas os principais níveis de hierarquia da informação, de modo a fornecer uma visão ampla do conteúdo do *website*. Segundo Morville e Rosenfeld (2006), o *design* do mapa do website pode afetar de forma significativa a usabilidade. Assim, é necessário seguir algumas **regras básicas** para a criação de um mapa do *website* da biblioteca:

1. Consolidar a hierarquia informacional de modo que o cliente/utente se torne cada vez mais familiarizado com a forma como o conteúdo está organizado;
2. Facilitar o acesso rápido e direto aos conteúdos do *website* para os clientes/utentes que sabem qual informação a que querem aceder;
3. Evitar a sobrecarga de informações (Inafuko, 2013).

Tal como nos índices de livros, o índice de um *website* de biblioteca apresenta termos ou frases por ordem alfabética, e recomenda-se a sua utilização quando o cliente/utente sabe o nome do item que está à procura. Há duas formas de se desenvolver um índice de um *website*: manualmente ou utilizando um vocabulário

controlado. Para *websites* de bibliotecas pequenos, pode-se simplesmente utilizar o conhecimento da coleção total do conteúdo do *website* e criar links para cada um dos itens, formando um índice manual. Já para grandes *websites*, podem-se indexar os documentos por meio de um vocabulário controlado de forma a gerar automaticamente o índice do *website* (Inafuko, 2013).

O terceiro elemento da navegação suplementar são os guias. Este elemento pode possuir diferentes formas de apresentação, desde visitas guiadas até microportais focados em torno de um público específico, assunto ou função.

Os assistentes/configuradores são o quarto elemento da navegação suplementar e situam-se numa classe especial de guias, pois auxiliam o cliente/utente a configurar produtos e a navegar num leque complexo de escolhas e decisões.

O último elemento da navegação suplementar é a procura/pesquisa. Por ser um dos elementos centrais da navegação e o seu desenvolvimento efetivo ser tão importante e complexo, Morville e Rosenfeld (2006) criaram um sistema para detalhar as formas de procura/pesquisa e tipos de pesquisa (Inafuko, 2013).

Os critérios de navegação e de acessibilidade que dizem respeito à convivialidade do *website*, isto é, a facilidade de navegação, de encontrar informação, a rapidez de carregamento do *website*, a pertinência das interfaces com o ambiente informacional requerido, etc. A frequência de atualização do *website* e as questões de custos são igualmente fatores chave no processo de avaliação de um website de biblioteca (Leroux, 2007)

Para terminar, conforme atestam Vidotti e Sanches (2004), o sistema de navegação [...] é a forma de interação do cliente/utente com o ambiente e com o conteúdo informacional disponível, ou seja, é a aplicação do sistema de organização definido anteriormente. Um *website* de biblioteca com seu sistema de navegação bem definido e organizado, permite ao cliente/utente ir de um ponto ao outro pelo caminho desejado ou pelo menor caminho, possibilitando um melhor aproveitamento do tempo de uso ou de acesso, evitando assim que o cliente/utente tenha que passar por várias páginas até chegar à informação desejada, ou que se depare com *links* inválidos, entre outros problemas. A otimização e o mapeamento dos caminhos a serem percorridos pelos clientes/utentes precisam de ser previamente definidos no processo de aplicação

de estrutura ou esquemas de organização, com a validação dos caminhos construídos, como barras de navegação gráfica, tabelas de conteúdo, mapas do *website*, por exemplo, para que o cliente/utente visualize facilmente todo o conteúdo desejado e quais os caminhos que podem ser percorridos dentro da estrutura do *website* (Fantinel, 2009).

3. Segundo Aguiar (2012), os ambientes informacionais digitais das redes sociais podem proporcionar diversos tipos de serviços e produtos para as bibliotecas, além de ser um dos canais de comunicação preferidos pelas gerações mais jovens, possibilitando a aproximação entre a instituição e os clientes/utentes, de modo a melhorar a interação e a comunicação entre ambos.

Inafuko (2013), considera importante a existência de determinadas funcionalidades no [*website* da biblioteca], como:

- *Reviews e ratings*: ferramentas que permitem aos clientes/utentes colocarem comentários e avaliações a produtos e serviços do *website* da biblioteca;
- *Social bookmarks*: aqui entram os sistemas *online* de favoritos (ou *bookmarks*, em inglês) que tem por finalidade guardar os *links* favoritos num único espaço, facilitando o acesso e a partilha com outros clientes/utentes [da biblioteca]. Ligado a esses sistemas, temos o conceito *de social tagging*, em que o cliente/utente atribui uma categoria aos seus favoritos com palavras-chave para facilitar uma recuperação posterior da informação.

Por seu turno, Maness (2007) sugere os seguintes serviços para o desenvolvimento do [*website* da biblioteca]:

- *Blogs e wikis*: os blogs são recursos para publicação online, que carecem de uma coordenação editorial, mas que podem trazer informações relevantes aos clientes/utentes. Maness (2007) considera que os blogs devem ser considerados também como outra forma de publicação a serem incorporados no *website* da biblioteca. As *wikis* são páginas web abertas, que podem ser editadas e criadas por qualquer cliente/utente registado. Maness (2007) refere ainda que os *blogs* podem fazer parte do [*website* da biblioteca] e ser utilizados como ferramenta para discussão e estudo em grupo, constituindo uma “sala de estudo” *online*;

- *Mashups*: são aplicações híbridas de duas ou mais tecnologias ou serviços, que combinadas geram uma nova aplicação. Maness (2007) considera que o [*website* da

biblioteca], deve ser um *mashup*, um híbrido de *blogs*, *wikis*, *streaming media*, RSS *Feeds*, mensagens instantâneas (*chat*) e redes sociais;

- Mensagens instantâneas/*Chat*: Este tipo de serviço possibilita uma comunicação textual entre clientes/utentes em tempo real. Maness (2007) classifica essa tecnologia como pertencente à web 2.0 por ser consistente com as características da biblioteca 2.0 e por permitir a colaboração entre clientes/utentes e bibliotecários;

- Redes sociais: para Maness (2007), as redes sociais são a tecnologia mais amigável e promissora dentre as já citadas, pois permitem mensagens instantâneas, *blogs*, *streaming media*, entre outros. Para o autor, a biblioteca já é em si uma rede social, um lugar de partilha de identidade, comunicação e ação. Nesse sentido, as bibliotecas podem utilizar as redes sociais já existentes, como as redes de relacionamento, de partilha de arquivos, entre outros; ou então criar a sua própria rede social, permitindo que os bibliotecários e os clientes/utentes interajam, compartilhem e criem vínculos com a rede da biblioteca;

- RSS *Feeds*: esse tipo de tecnologia permite ao cliente/utente inscrever-se em *websites* que contenham RSS *feeds*, de modo a receber as atualizações destes *websites* no seu *email* ou no seu *software* agregador de *feeds*. Muitas bibliotecas já disponibilizam RSS *Feeds* para que seus clientes/utentes assinem o conteúdo por *email* ou por leitores de *feeds*, incluindo atualizações de novos itens na coleção, novos serviços, novos conteúdos nas bases de dados, notícias da biblioteca, entre outros;

- *Streaming media*: é uma forma de distribuir informações em forma de áudio e som na web, sem que o cliente/utente necessite de guardar o documento no seu computador, isto é, o cliente/utente pode visualizar e/ouvir o vídeo ou áudio no próprio *browser*. Tal recurso pode ser utilizado para a publicação de tutoriais *online*, na forma de vídeos, áudios e textos interativos;

- *Tagging*: recurso que dá ao cliente/utente a liberdade de atribuir assunto, classificar ou categorizar um documento no *website* da biblioteca. No contexto da biblioteca 2.0, o cliente/utente poderia atribuir assuntos à coleção da biblioteca e, assim, participar na representação descritiva e temática do objeto digital. A ideia é utilizar o *tagging* como uma complementação no *website*, ou seja, o cliente/utente pode optar por

fazer uma pesquisa por assuntos padronizados ou pelas *tags* personalizadas (Inafuko, 2013).

Segundo Aguiar (2012), e indo de encontro às categorias ditas anteriormente por Maness (2007), as seguintes categorias de redes sociais e recursos da *web* podem ser utilizadas por bibliotecas:

- *Blogs*: plataformas de publicação de conteúdo digital, organizados por ordem cronológica e de fácil uso.
- *Microblogs*: plataformas de publicação de conteúdo digital, restrito a um número baixam de caracteres, restringindo o tamanho da publicação;
- *Redes sociais de partilha de documentos*: esse tipo de rede possibilita o armazenamento e a partilha de documentos de texto e apresentações de slides;
- *Redes sociais de partilha de fotos*: ambientes informacionais digitais que possibilitam a gestão e a partilha de álbuns colaborativos;
- *Redes sociais de partilha de vídeos*: recursos de partilha de vídeos digitais. As principais redes dessa categoria são o Youtube e o Vimeo;
- *Redes sociais de relacionamento*: esse tipo de rede tem por objetivo conectar pessoas, criando um ambiente de interação e partilha, por exemplo: Facebook e Google+;
- *Redes sociais individualizadas*: são ferramentas que permitem a criação de redes sociais individualizadas. Nessa categoria, as redes sociais podem ser desenvolvidas por empresas/instituições privadas ou por meio de ferramentas que permitem a criação de redes sociais individualizadas;
- *Redes sociais literárias*: são redes sociais para articular o gosto pela leitura, bem como opiniões e recomendações sobre livros. Como exemplo temos o GoodReads, entre outros;
- *Social bookmarking*: recursos para a partilha de *links* de interesse. Exemplo: Delicious. Muitos dos recursos citados já são utilizados nas bibliotecas, e considera-se que também podem ser utilizados no desenvolvimento de uma biblioteca digital, de

modo a possibilitar a partilha de informações e a construção de novos conhecimentos de maneira coletiva (Inafuko, 2013).

Há outros tipos de serviços que não possibilitam o uso de ferramentas colaborativas como seleção, aquisição, recuperação e preservação da informação, por se tratar de serviços mais formais e mais ligados à estrutura de uma biblioteca tradicional. Os *websites* são desenvolvidos com foco num público específico e são adequados ao nível tecnológico, de modo a contribuir para um fácil acesso e intuitivo às informações contidas no seu ambiente e para a construção social do conhecimento (Inafuko, 2013).

Este amplo acesso às informações oferecido pelas bibliotecas digitais, não só para documentos digitalizados disponíveis no próprio *website*, mas principalmente na existência de **links referenciais** ou remissivos para sites externos são fatores preocupantes na estruturação de um *website*, sobretudo do ponto de vista da organização, que objetiva procurar a melhor maneira tanto de os clientes/utentes localizarem-se num *website* quanto eles localizarem as informações ou serviços de seu interesse.

O maior desafio das bibliotecas digitais, hoje, é como organizar e pesquisar a quantidade absolutamente grande de informação que ela vai gradualmente incorporando no *website*. O sistema terá que unificar materiais de muitas bibliotecas existentes em diferentes formatos e linguagens, e sumarizar a informação encontrada de tal modo que se torne fácil e rápido para o cliente/utente navegar pela mesma. Além disso, terá que enfrentar o desafio da indexação de materiais não textuais, tais como fórmulas, imagens estáticas e/ou movimento e sons, por exemplo. Ou seja, realizar uma transposição do real/analógico para o virtual/digital sem perder a sua habilidade de armazenamento e disseminação de informações de modo rápido e preciso, ampliando constantemente as habilidades humanas de absorver e formar novas informações, enquanto instituições representativas da memória coletiva e social da humanidade (Fantinel, 2009).

O *website* deve, portanto, revelar o seu conteúdo de maneira simples, explicar como deve ser usado (quantas opções os clientes/utentes tem), gerar confiança por parte dos clientes/utentes, assegurando assim o seu futuro retorno (Fantinel, 2009).

4. A British Standards Institute ISO Standard (1998) define usabilidade como usufruto de um determinado produto por parte de um utilizador, com a finalidade de atingir um objetivo específico com eficácia, eficiência e satisfação.

A usabilidade é um dos requisitos para a avaliação da qualidade de um sistema; ela reflete o desempenho dos sistemas e do cliente/utente e pode ajudar na tarefa dos *websites* de bibliotecas de comunicar com qualidade e eficiência. A prática da usabilidade possibilita a criação de *websites* mais interativos e dinâmicos. Segundo a Norma ISO 9241-11, 1998 Dias (2007, p. 24), usabilidade é a capacidade de um produto ser usado por clientes/utentes específicos para atingir objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto específico de uso. Mas usabilidade não é apenas tornar “mais fácil de usar”. Vários atributos estão associados à usabilidade e cada *software* procura enfatizar os atributos mais importantes para os seus clientes/utentes (Fantinel, 2009).

Um *website* que possua usabilidade deixa de ser apenas eficiente para tornar-se eficaz, ou seja, além da possibilidade de ser utilizado e operado, passa a potencializar a informação, permite um acréscimo de conteúdo ao cliente/utente. Sendo ainda um dos requisitos para a determinação da qualidade de um sistema ou *website*, a usabilidade deve ser respeitada e praticada. Segundo Nielsen (2002), a Engenharia da Usabilidade envolve atividades nas três fases de desenvolvimento de sistemas ou *websites*: *pré-design*: desenvolvimento das metas e conhecimento do perfil dos clientes/utentes; *design*: desenvolvimento da interface; *pós-design*: validação do *design*. Alguns atributos da usabilidade:

- Facilidade de aprendizagem: capacidade com que o cliente/utente começa a interagir rapidamente com o sistema logo na primeira vez que o utiliza;
- Eficiência de uso: grau de produtividade atingido pelo cliente/utente depois de aprender a utilizar o *website*;
- Facilidade de memorização: retenção, capacidade do cliente/utente de voltar a utilizar o *website* após certo tempo sem precisar de rever todas as opções novamente;
- Baixa taxa de erros: medida do quanto o cliente/utente pode ser induzido ao erro pelo sistema e o quanto pode se recuperar do mesmo;

- Satisfação subjetiva: medida do quanto o cliente/utente se sente feliz com o *website*;
- Consistência; Flexibilidade: Quanto mais presentes estiverem estes atributos num *website* de biblioteca, mais facilmente este poderá contribuir para a geração do conhecimento.

Entretanto, não é possível atingir todos os atributos ao mesmo tempo. A avaliação da usabilidade deve ter continuidade periódica depois de estar disponível para os clientes/utentes, pois a Internet altera-se constantemente e os *websites precisam* de ser melhorados para acompanhar esta dinâmica. O planeamento e atualizações do *website* devem envolver o cliente/utente final; é preciso conhecer o cliente/utente e compreender as tarefas que ele realiza com mais frequência (Fantinel, 2009).

A eficácia é a principal motivação que leva um cliente/utente a utilizar um produto ou *website*. Se um *website* é fácil de usar, fácil de aprender e mesmo agradável ao cliente/utente, mas não consegue atender a objetivos específicos, ele não será usado, mesmo que seja oferecido gratuitamente. O segundo elemento da usabilidade é a eficiência, normalmente definida quantitativamente por tempo de resposta, tempo total para realizar uma tarefa específica ou ainda quantidade de erros. O terceiro elemento, a satisfação do usuário, refere-se a percepções, sentimentos e opiniões dos clientes/utentes a respeito de um sistema, normalmente mapeados a partir de questionamentos escritos ou orais feitos aos próprios clientes/utentes. A usabilidade pode ser considerada uma qualidade de uso, isto é, qualidade de interação entre cliente/utente e sistema, que depende das características tanto do sistema quanto do cliente/utente. Além disso, a usabilidade também depende das tarefas específicas que os clientes/utentes realizam com o sistema, assim como do ambiente físico (incidência de luz, barulho, disposição do equipamento).

Assim, a usabilidade é uma qualidade de uso de um sistema, diretamente associada ao seu contexto operacional e aos diferentes tipos de clientes/utentes, tarefas, ambientes físicos e organizacionais. Pode-se dizer, então, que qualquer alteração num aspecto relevante do contexto de uso é capaz de alterar a usabilidade de um sistema (Fantinel, 2009).

Jakob Nielsen (2012) complementa dizendo que na internet, a usabilidade é a condição máxima para a sobrevivência de um *website*. Se um *website* é difícil de

utilizar, os clientes/utentes abandonam-no. Se a página inicial não for clara a passar qual a proposta de valor da empresa/instituição e o que os clientes/utentes podem fazer, estes abandonam-no. Se os clientes/utentes se perdem no *website*, eles abandonam-no. Se a informação for difícil de se compreender ou se não responder às questões chave, os clientes/utentes abandonam-no. Por estas questões, Jakob Nielsen (2012) sugere que, cerca de 10% do orçamento de *Design*, seja investido em usabilidade. Para se melhorar a usabilidade de um *website* é importante que sejam feitos testes de usabilidade. É importante que os clientes/utentes, em sessões individuais, testem e que sejam eles a tentar resolver os problemas que encontram pelo caminho, sem a ajuda de ninguém para que os testes não sejam influenciados (Nielsen, 2012).

2 Caracterização da Organização

Neste capítulo é efetuada a caracterização da biblioteca do Barreiro de acordo com a sua história e o motivo da escolha desta entidade.

2.1 A biblioteca municipal do Barreiro

A Biblioteca Municipal do Barreiro foi inaugurada em Dezembro de 1985 com a construção de um edifício de raiz, projeto piloto no domínio da leitura pública a nível nacional. Este é um espaço público que desde a sua abertura pretende dar resposta às necessidades “informativas, culturais, educativas e de lazer da população do Barreiro.” (Barreiro, 2015). É um espaço que procura ter dinamismo, criar momentos de sociabilidade e de intercâmbio onde se tem vindo a realizar várias atividades.

Quem utiliza a biblioteca do Barreiro consegue encontrar um espaço dividido em áreas como o espaço juvenil e infantil que permite às crianças e aos jovens terem salas com material adequado à sua idade, um espaço para um público mais velho que procura a biblioteca como um espaço para estudar, consultar livros, aceder à internet através dos computadores que a biblioteca disponibiliza, um espaço lúdico onde é possível ver filmes e jogar jogos de computador e ainda uma zona de lazer composta por sofás e uma estante com revistas de várias áreas que permite aos clientes sentarem-se um pouco e usufruírem do bem-estar da biblioteca.

Trata-se de um serviço com valores educativos e de lazer muito presentes, bem como a presença junto da população do Barreiro. Em termos da sua posição em comparação com outras bibliotecas, no que respeita à parte tecnológica, tem uma posição pouco privilegiada uma vez que não possui plataformas tão simples como um *website*, algo que hoje em dia é imprescindível para criar uma relação *online* com o público-alvo.

A biblioteca está aberta ao público todos os dias da semana e sábados o que permite que mesmo os estudantes que estejam a frequentar faculdades fora do Barreiro possam usufruir deste serviço.

Atividades de animação e extensão cultural

Desde 1992 que a biblioteca aposta em projetos de animação infantil/juvenil que tem como objetivo apelar à criatividade das crianças utilizando livros e jogos como fonte de motivação e prazer. De acordo com o *website* da Câmara Municipal do Barreiro, um dos projetos é o “Quem conta um Conto ...”, que tem como objetivo geral a promoção da leitura e facilitar uma primeira aproximação das crianças à Biblioteca. Este projeto é direcionado para grupos do ensino pré-escolar e escolas do 1º Ciclo. Contempla a descentralização de atividades de animação nas bibliotecas escolares” (Barreiro, 2015).

A biblioteca desenvolveu ainda o projeto “Livros Viajantes” que tem como objetivo desenvolver o conceito *Bookcrossing*. Este é um conceito que tem como finalidade que a população do Barreiro aumente o número de leitores sem compromissos e sem prazos de leitura. A biblioteca quer que com esta iniciativa a população barreirense sinta vontade de ler e partilhar a sua leitura.



Ilustração 2 - Biblioteca municipal do Barreiro

2.2 Público-alvo da biblioteca física

De forma genérica, o público-alvo do *website* da biblioteca municipal do Barreiro são todas as pessoas que usam o espaço público quer seja para trabalhar, para consultar livros e documentos, quer seja para consultar e requisitar, que frequentem a biblioteca com o objetivo de aceder aos computadores, área de multimédia e que frequentem a biblioteca sempre que existe um novo workshop, palestra, etc.

2.3 Concorrência

Neste caso em específico não existe propriamente uma concorrência uma vez que não é um serviço que disponibiliza produtos ou serviços pagos ou que lucre com a utilização. Existem sim algumas bibliotecas que mostram estar mais desenvolvidas em termos tecnológicos.

3 Investigação de Suporte

Neste capítulo irá proceder-se à identificação dos objetivos da presente investigação, bem como o método e tipo de investigação em causa e o instrumento de análise dos dados recolhidos.

3.1 Objetivos de investigação

O presente projeto foca-se no desenvolvimento conceptual de um *website* para a biblioteca municipal do Barreiro. O *website* irá permitir à biblioteca estar presente no canal *online* e servir os seus utentes (clientes) e potenciais clientes 24h durante 7 dias úteis. O *website* irá permitir aos utilizadores terem a sua própria área privada que será personalizada consoante as necessidades do utente e que permite gerir todas as requisições feitas bem como aumentar o tempo ou até mesmo requisitar novos livros *online* para depois ir buscar à biblioteca.

Desta forma, o principal objetivo desta investigação é avaliar junto do público-alvo a relevância e o nível de aceitação do *website* por parte do mesmo. De seguida, e secundariamente, pretende-se analisar a relação instituição-utente, bem como a perceção do mesmo relativamente à instituição, para existir a oportunidade de melhoramento da atuação junto do público-alvo e, claro, tornar o *website* o mais impactante possível.

3.2 Método

3.2.1 Tipo de investigação

Tendo em consideração os objetivos descritos anteriormente, optou-se por uma investigação quantitativa, suportada de dados primários. Pretende-se avaliar a expectativa dos inquiridos face à possibilidade de desenvolver um *website* para a biblioteca municipal do Barreiro.

3.2.2 Universo e amostra

Para a presente investigação, no que diz respeito ao universo, a aplicação do questionário torna-se relevante e direcionada essencialmente a todas as pessoas que frequentam a biblioteca municipal do Barreiro, que utilizam a biblioteca para estudar, para requisitar livros, como espaço de estudo, que assistem as palestras no auditório e que vivem no concelho do Barreiro ou perto.

Como objeto de análise foi utilizado uma amostra de estudo não probabilística de conveniência, composta por 210 indivíduos. A seleção dos elementos da população não dependeu inteiramente do julgamento e/ou da seleção do investigador. Os inquiridos foram selecionados com base na maior acessibilidade e/ou conveniência por parte do investigador.

3.2.3 Instrumento de recolha de dados

O instrumento de análise utilizado foi um questionário estruturado e divulgado *online*. Este questionário foi partilhado e divulgado, essencialmente, na rede social Facebook e em vários grupos fechados do Barreiro. O programa utilizado para a criação do mesmo foi o Google Drive. A decisão de realizar o questionário *online* deveu-se ao facto de esta permitir resultados de forma rápida e fácil, ser possível obter um maior número de respostas num curto período de tempo, e também à facilidade de acesso e contacto com os inquiridos que estão muito familiarizados com este meio. As respostas foram recolhidas durante 36 dias, entre 12 de Maio e 16 de Junho de 2018.

3.2.4 Tipo de perguntas e escalas

De forma a conseguir atingir os objetivos definidos e apresentados anteriormente, optou-se por apostar em apenas um tipo de pergunta: perguntas de escolha múltipla, exceto as perguntas de caracterização da amostra. Foi tida em atenção a formulação das perguntas, de forma a serem de fácil leitura e compreensão por parte dos inquiridos. O questionário também foi partilhado previamente com amigos de forma a testar a sua fiabilidade, assim como a sua estrutura e a compreensão e clareza das perguntas constituintes do mesmo.

No que respeita às escalas, utilizou-se a escala de Likert para medir a atitude dos inquiridos face a determinadas características referentes à biblioteca e face ao seu comportamento e opinião enquanto utilizador de *websites*. Para as perguntas 4 e 6 do questionário foi aplicada uma escala de 5 pontos, em que 1 representa “Discordo totalmente” e 5 “Concordo totalmente. Para as perguntas 7 e 8 foi aplicada uma escala de 5 pontos, em que 1 representa “Nada importante” e 5 “Muito importante”.

As perguntas incluídas no questionário foram divididas pelos seguintes temas e ordem: frequência de utilização da biblioteca e o propósito da ida à biblioteca, opinião sobre a biblioteca enquanto serviço *offline*, relevância da oportunidade da existência de um *website*, relevância da aplicação e caracterização do inquirido.

4 Análise dos resultados

Neste capítulo serão apresentados os resultados obtidos ao questionário aplicado. Foram excluídas todas as respostas de inquiridos que responderam negativamente à primeira pergunta (“Frequenta a biblioteca municipal do Barreiro?”) e à quinta pergunta (“Considera que faz falta à biblioteca do Barreiro um website?”) dado que o projeto proposto é direcionado aos atuais clientes da biblioteca e que são adeptos das novas tecnologias ou pelo menos consideram um canal relevante. Desta forma, foram considerados 210 inquiridos dos 230 que responderam. Os dados recolhidos através do inquérito por questionário foram analisados através da análise efetuada pelo Google Drive bem como pelo programa de estatística SPSS versão 22.0.

Caracterização sociodemográfica da amostra

➤ Género

Através da tabela 2, pode-se observar que 61,9% da amostra é composta por elementos do género feminino, o que corresponde a um total de 130 mulheres, e 38,1% por elementos do género masculino, num total de 80 indivíduos.

Tabela 2 - Distribuição por género

Género	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Masculino	80	38,1%
Feminino	130	61,9%
Total	210	100%

➤ Faixa etária

Seguem-se as faixas entre os 25 e os 44 anos, com 30% dos inquiridos (63 indivíduos), a faixa até 18 anos, apenas com 10% dos inquiridos (21 indivíduos), a faixa entre os 45 e os 60 anos com 8,1% dos inquiridos (17 indivíduos) e a faixa etária com mais de 60 anos que não teve inquiridos.

Tabela 3 - Distribuição por faixa etária

Faixa Etária	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Até aos 18 anos	21	10%
Entre os 19 e os 24 anos	109	51,9%
Entre os 25 e os 44 anos	63	30%
Entre os 45 e os 60 anos	17	8,1%
Com mais de 60 anos	0	0%
Total	210	100%

➤ **Concelho de residência**

Na tabela 4, mostra a distribuição da amostra por freguesia de residência. É fácil de constatar que mais de metade dos inquiridos que respondeu ao inquérito pertence à freguesia do Barreiro com 84% o que equivale a 177 indivíduos.

Não sendo menos positivo, existe também vários inquiridos da zona do Lavradio com 9% o que equivale a 18 indivíduos, Baixa da banheira com 2% (5 indivíduos), Alto Seixalinho com 2% (4 indivíduos), Quinta da Lomba e Santo André com menos expressão, 1% cada um (2 indivíduos em cada) e por fim Santo António e Fidalguinhos apenas com 1 indivíduo o que em termos lógicos faz sentido pois são as zonas mais afastadas do Barreiro.

Tabela 4 - Distribuição por freguesia

Freguesia	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Barreiro	177	84%
Lavradio	18	9%
Baixa da banheira	5	2%
Alto Seixalinho	4	2%
Quinta da Lomba	2	1%
Santo André	2	1%
Santo António	1	0%
Fidalguinhos	1	0%
Total	210	100%

➤ **Habilitações literárias**

Por fim, a análise das habilitações literárias na tabela 5, mostra que a maioria dos inquiridos tem o grau de Licenciado (42,4%), o que representa 89 indivíduos, seguindo-se os inquiridos com o Mestrado ou Doutoramento (25,7%), com 54 indivíduos. As restantes habilitações literárias apresentam valores mais baixos: o curso médio, frequência universitária ou bacharelato, 11%, com 23 indivíduos, os cursos profissionais, 11%, com 23 indivíduos e por último a pós-graduação, 10%, com 21 inquiridos.

Tabela 5 - Distribuição por habilitações literárias

Habilitações literárias	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Mestrado ou Doutoramento	54	25,7%
Pós-graduação	21	10%
Licenciatura	89	42,4%
Curso médio, frequência universitária ou Bacharelato	23	11%
Curso profissional	23	11%
Total	210	100%

Frequência de utilização da biblioteca e o propósito da ida à biblioteca

De seguida, serão apresentados os resultados relativos às questões acerca da frequência de utilização da biblioteca e o propósito da ida à biblioteca.

De acordo com a tabela 6, verifica-se que do total de inquiridos que começaram o inquérito apenas 91%, 210 inquiridos afirmam que frequentam a biblioteca municipal do Barreiro, tornando os restantes 9% inválidos para a amostra.

Tabela 6 - Pergunta "Frequenta a biblioteca Municipal do Barreiro?"

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Sim	210	91%
Não	20	9%
Total	230	100%

Sobre a frequência de utilização da biblioteca a maioria dos inquiridos disse que frequentava a biblioteca com muita frequência, com 47,1% do total da amostra, o que corresponde a 99 indivíduos. Dos inquiridos surge ainda um elevado número de quem frequenta a biblioteca com alguma frequência com 25,7%, o que corresponde a 54 indivíduos, com menor distância, com 18,1% da amostra, o que representa 30 indivíduos que frequentam frequentemente e por fim 9% da amostra diz que raramente frequenta a biblioteca, o que representa 9%.

Pode-se perceber que mais de metades dos inquiridos utilizam bastante a biblioteca municipal do Barreiro.

Tabela 7 - Pergunta "Com que frequência utiliza a biblioteca municipal do Barreiro?"

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Nunca	0	0%
Raramente	19	9%
Alguma frequência	54	25,7%
Frequentemente	38	18,1%
Muito frequentemente	99	47,1%
Total	210	100%

Ao analisar a tabela 8, conclui-se que o serviço que leva mais inquiridos a ir até à biblioteca é a leitura geral (seção de adultos) ou seja o espaço onde podem estudar e consultar os livros que a biblioteca disponibiliza, com um total de 81% que equivale a 170 indivíduos sendo que é necessário considerar os 12 inquiridos que responderam na opção "Outros" o estudar pois enquadra-se neste serviço.

Com menor relevância, mas não menos importante temos, o espaço internet com 13,3% do total da amostra (28 indivíduos), o auditório principal com 12,4% (26

indivíduos), a reprografia com 10% (21 indivíduos), a leitura de periódicos com 7,6% (16 indivíduos), setor multimédia com 3,3% (7 indivíduos), sala de multiusos/sala de exposições com 2,4% (5 indivíduos) e por fim o programa cultural colocado por 1 inquirido.

Apenas o serviço da leitura e animação infantil e juvenil não teve respostas.

Tabela 8 - Pergunta "Para que propósito utiliza a biblioteca e os seus serviços?"

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Espaço internet	28	13,3%
Setor multimédia	7	3,3%
Auditório principal	26	12,4%
Reprografia	21	10%
Leitura e animação infantil e juvenil	0	
Leitura de periódicos	16	7,6%
Sala de multiusos/sala de exposições	5	2,4%
Leitura geral (seção de adultos)	170	81%
Outro (estudar)	12	
Outro (programa Cultural)	1	
Total	210	100%

Opinião sobre a biblioteca enquanto serviço e introdução da temática do canal digital

De seguida, serão apresentados os resultados relativos às questões acerca da opinião dos inquiridos face ao serviço existente da biblioteca e se existe a necessidade de um canal digital neste caso um *website* para a biblioteca municipal do Barreiro.

Para a pergunta da tabela 9, os inquiridos revelam não concordar nem discordar com a afirmação com um total de 54,8% da amostra o que equivale a 115 indivíduos, 33,8% diz que concorda (71 indivíduos), 6,2% concorda totalmente (13 indivíduos), 4,8% discorda (10 indivíduos) e 0,5% discorda totalmente (1 indivíduo). Estes valores

representam a insatisfação que existe por parte dos inquiridos enquanto estudantes relativamente aos serviços da biblioteca e ao que a biblioteca tem para oferecer a estes clientes.

Tabela 9 - Pergunta "A biblioteca tem tudo o que preciso enquanto estudante?"

A biblioteca tem tudo o que preciso enquanto estudante	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
1	1	0,5%
2	10	4,8%
3	115	54,8%
4	71	33,8%
5	13	6,2%
Total	210	100%

Ao analisar a tabela 10, conclui-se que os inquiridos enquanto utentes consideram que a biblioteca atende a praticamente tudo o que precisam do que enquanto estudantes, ao relacionar-se com a análise da tabela anterior. Do total da amostra, 39% (82 indivíduos) não concorda nem discorda aquando da pergunta sobre se a biblioteca tem tudo o que o utente precisa, contudo, 38,1% (80 indivíduos) concordam com a afirmação e ainda 17,6% (37 indivíduos) dizem mesmo concordar totalmente com a afirmação.

Existe ainda uma menor percentagem da amostra que diz não concordar com a afirmação, do total da amostra 4,8% (10 indivíduos) discordam e 1 indivíduo diz discordar totalmente.

Tabela 10 - Pergunta "A biblioteca tem tudo o que preciso enquanto utente"

A biblioteca tem tudo o que preciso enquanto utente	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
1	1	0,5%
2	10	4,8%
3	82	39%
4	80	38,1%
5	37	17,6%
Total	210	100%

Ao analisar a tabela 11, verifica-se que na sua maioria os inquiridos revelam não encontrar os livros que precisam na biblioteca. Do total da amostra, 50% (105 indivíduos) não concorda nem discorda sobre o facto de a biblioteca ter todos os livros que procuram, 21,4% (45 indivíduos) discordam desta afirmação, 17,1% (36 indivíduos) dizem concordar, 6,7% discordam totalmente (14 indivíduos) e 10 concordam totalmente (4,8%).

Tabela 11 - Pergunta "A biblioteca tem todos os livros que necessito"

A biblioteca tem todos os livros de que necessito	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
1	14	6,7%
2	45	21,4%
3	105	50%
4	36	17,1%
5	10	4,8%
Total	210	100%

Relativamente à tabela 12 podemos afirmar tendo por base os resultados apresentados que o processo de requisição de livros na biblioteca agrada bastante os clientes por ser rápido e simples. Assim, do total da amostra, 44,8% (94 indivíduos) concordam totalmente com a afirmação sobre o processo de requisição, 29% não concorda nem discorda (61 indivíduos), 21% diz concordar com a afirmação (44

indivíduos), contudo existe 3,8% dos inquiridos que diz não concordar com o facto de ser um processo rápido e simples e por último 1,4% (3 indivíduos discorda totalmente).

Tabela 12 - Pergunta "O processo de requisição de livros na biblioteca é rápido e simples"

O processo de requisição de livros na biblioteca é rápido e simples	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
1	3	1,4%
2	8	3,8%
3	61	29%
4	44	21%
5	94	44,8%
Total	210	100%

Fazendo ligação com a tabela anterior que a biblioteca municipal do Barreiro em termos de processo de requisição de livros e gestão dessas mesmas requisições tem estado a satisfazer os seus clientes e mostra que este processo por parte da biblioteca tende a ser um processo rápido e sem constrangimentos pois ao analisar-se a tabela 13 verifica-se que a maioria dos inquiridos respondeu que concordava com o facto de ser fácil alargar o período de requisição dos livros.

Assim e verificando os dados da tabela, do total da amostra de inquiridos, 46,2% (97 indivíduos) concorda totalmente com esta afirmação, 30,5% (64 indivíduos) não concorda nem discorda, 19,5% (41 indivíduos) diz concordar, 3,3% (7 indivíduos) não considera que seja fácil alargar o período de requisição e 1 inquirido discorda totalmente.

Tabela 13 - Pergunta "É fácil alargar o período de requisição do livro (adiamento da data de entrega de livros requisitados)"

É fácil alargar o período de requisição do livro (adiamento da data de entrega de livros requisitados)	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
1	1	0,5%
2	7	3,3%
3	64	30,5%
4	41	19,5%
5	97	46,2%
Total	210	100%

Relativamente ao facto de a biblioteca enquanto espaço se é ou não apelativa para os jovens, do total da amostra, mais de metade dos inquiridos 56,2% (118 indivíduos) não concorda nem discorda com esta afirmação, 16,2% (34 indivíduos) diz não concordar, 11,9% (25 indivíduos) refere concordar, 11% (23 indivíduos) discorda totalmente e 4,8% concorda totalmente.

Tabela 14 - Pergunta "A biblioteca é apelativa para os jovens (ex. espaço, ambiente)"

A biblioteca é apelativa para os jovens (ex. espaço, ambiente)	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
1	23	11%
2	34	16,2%
3	118	56,2%
4	25	11,9%
5	10	4,8%
Total	210	100%

Na tabela 15, referente ao funcionamento e atendimento por parte dos funcionários, pode-se concluir que a grande maioria dos inquiridos sente que existe um bom atendimento na biblioteca quando necessitam de ajuda, com 43,3% (91 indivíduos) a afirmar que concorda totalmente com a afirmação, 29,5% (62 indivíduos) a não concordar nem discordar, 23,3% (49 indivíduos) a concordar, 3,3% a discordar da

afirmação e por fim apenas 0,5% (1 indivíduo) a discordar totalmente acerca do serviço de atendimento da biblioteca.

Tabela 15 - Pergunta "A biblioteca tem um bom serviço de atendimento por parte dos funcionários"

A biblioteca tem um bom serviço de atendimento por parte dos funcionários	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
1	1	0,5%
2	7	3,3%
3	62	29,5%
4	49	23,3%
5	91	43,3%
Total	210	100%

Como se pode observar na tabela 16, todos os inquiridos que responderam ao questionário afirmaram que fazia falta um *website* à biblioteca municipal do Barreiro.

Tabela 16 - Pergunta "Considera que faz falta à biblioteca do Barreiro um *website*?"

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Sim	210	100%
Não	0	0%
Total	210	100%

Relevância da existência de um canal digital

A questão relacionada com a relevância da existência do canal digital, mais concretamente um *website*, tem como principal objetivo compreender a relevância que este canal tem para os inquiridos bem como entender a sua perceção.

Através da média de respostas dos inquiridos na tabela, verifica-se que das afirmações relativas ao grau de concordância referente a *websites* de bibliotecas, todas as afirmações têm uma média de respostas elevadas e superiores ao ponto médio da escala de Likert, sendo que a afirmação com a média mais elevada de 4,88 refere "Um *website* disponibiliza mais informação ao utilizador da biblioteca". O facto de esta

afirmação ser a que tem a média de respostas mais positiva realça a importância da existência de um *website* para a biblioteca, sendo que e não com uma média muito diferente também a afirmação “um *website* torna a imagem da biblioteca mais apelativa” (4,80) evidencia que os clientes reconhecem a necessidade de uma biblioteca mais apelativa.

Tabela 17 - Pergunta "Para cada uma das seguintes afirmações, referente a *websites* de bibliotecas, indique o seu grau de concordância e relação às seguintes observações numa escala de 5 pontos, variável entre "Discordo totalmente" e "Concordo totalmente"

Para cada uma das seguintes afirmações, referente a <i>websites</i> de bibliotecas, indique o seu grau de concordância e relação às seguintes observações numa escala de 5 pontos, variável entre o “Discordo totalmente” (1) e o “Concordo totalmente” (5).	Nº	Mínimo	Máximo
Um website permite utilizar os serviços da biblioteca 24h durante 7 dias (24/7)	210	3	5
Um website torna a imagem da biblioteca mais apelativa	210	2	5
Um website melhora o serviço prestado ao cliente da biblioteca	210	3	5
Um website disponibiliza mais informação ao utilizador da biblioteca	210	3	5

Ao analisar-se em maior detalhe as afirmações “Um *website* disponibiliza mais informação ao utilizador da biblioteca” e “Um *website* torna a imagem da biblioteca mais apelativa”, denota-se através da tabela 18 que do total da amostra 92,9% (195 indivíduos) concordam totalmente com a primeira afirmação e que 87,6% (184 indivíduos) concorda com a segunda afirmação.

Tabela 18 - Detalhe da afirmação "Um website disponibiliza mais informação ao utilizador da biblioteca"

Um website disponibiliza mais informação ao utilizador da biblioteca.	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Discordo totalmente	0	0%
Discordo	0	0%
Nem discordo nem concordo	2	1%
Concordo	13	6,2%
Concordo totalmente	195	92,9%
Total	210	100%

Tabela 19 - Detalhe da afirmação "Um website torna a imagem da biblioteca mais apelativa"

Um website torna a imagem da biblioteca mais apelativa	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Discordo totalmente	0	0%
Discordo	1	0,5%
Nem discordo nem concordo	5	2,4%
Concordo	20	9,5%
Concordo totalmente	184	87,6%
Total	210	100%

Valorização das funcionalidades para o website da biblioteca municipal do Barreiro

De seguida, serão apresentados os resultados obtidos relativamente às funcionalidades que os inquiridos consideraram relevantes estarem presentes no *website* da biblioteca municipal do Barreiro. Os resultados da tabela 20 têm o foco nas funcionalidades de uma potencial área de cliente dentro do *website*.

Tabela 20 - Pergunta "Para cada uma das seguintes afirmações, respeitantes a *websites* de biblioteca, indique o grau de relevância para si, enquanto utilizador, numa escala de 5 pontos, variável entre "Nada" (1) e "Muito" (5)

Para cada uma das seguintes afirmações, respeitantes a <i>websites</i> de biblioteca, indique o grau de relevância para si, enquanto utilizador, numa escala de 5 pontos, variável entre "Nada" (1) e "Muito" (5)	Nº	Mean	Median	SD
Possibilidade de consultar e/ou requisitar os livros online	210	4,92	5,00	0,31
Ter uma área privada onde posso fazer a gestão dos meus livros requisitados, ver os documentos guardados e ver os alertas da biblioteca	210	4,91	5,00	0,28
Possibilidade de pesquisar através de motor busca (ex. pesquisar livros por auto)	210	4,90	5,00	0,35
Ter os contactos da biblioteca no mapa Google (ex. obter direcções)	210	4,73	5,00	0,51
Possibilidade de ter o website em outras línguas	210	3,48	3,00	1,12
Organização da informação de forma a facilitar a procura	210	4,90	5,00	0,33
Fácil de utilizar/navegação intuitiva	210	4,91	5,00	0,32
Ter um chatbot que permita dialogar e obter apoio virtualmente	210	3,87	4,00	0,96
Receber newsletters da biblioteca (ex. notícias, novidades)	210	4,78	5,00	0,55
Ter um repositório com trabalhos; documentos académicos	210	4,87	5,00	0,40
Ter uma página de facebook associada	210	3,80	5,00	0,94
Possibilidade de deixar testemunhos (ex. sobre livros)	210	4,87	5,00	0,53
Ter uma lista de sugestões similares à minha procura (ex. livros do mesmo autor)	210	4,77	5,00	0,37

Observando a tabela acima apresentada, relativa às necessidades e que funcionalidades valorizam mais no *website*, é possível concluir-se que a opinião dos

inquiridos é bastante favorável e positiva em todas as funcionalidades apresentadas, exceto nas funcionalidades “possibilidade de ter o *website* em outras línguas”, “ter uma página de facebook associada” e “ter um *chatbot* que permita dialogar e obter apoio virtualmente” em que a média de respostas apresentam valores mais baixos do que as outras funcionalidades.

Através de uma análise mais descritiva acerca dos resultados obtidos, é possível observar:

- Relativamente à **possibilidade de consultarem e requisitarem livros *online***, os inquiridos revelam uma opinião bastante positiva com uma média de respostas de 5,00. Esta revela ser de facto uma das funcionalidades com mais impacto e onde os inquiridos consideram ser de grande valor;
- No que diz respeito à **possibilidade de terem uma área privada que possibilita fazer a gestão dos livros requisitados, ver os documentos guardados e ver os alertas da biblioteca** a média de respostas é de 5,00. Esta média mostra também a relevância desta funcionalidade para os inquiridos pois aqui reconhecem que podem fazer toda a gestão da sua atividade na biblioteca e interagir com a mesma 24/7;
- Em relação ao facto de **conseguirem pesquisar através do motor de busca**, os inquiridos mostram a importância de conseguirem obter os resultados às suas pesquisas de forma rápida com uma média de 5,00;
- Quando questionados acerca da possibilidade de **terem os contactos da biblioteca no mapa Google (ex. obter direções)** a média de respostas foi de 5,00;
- Quando questionados sobre **o *website* permitir ter outras línguas**, os inquiridos revelam uma opinião pouco positiva com uma média de respostas de 3,00. Esta revela ser a funcionalidade com a média mais baixa e aquela que os inquiridos menos valorizam;
- No que diz respeito à **possibilidade de organizarem a informação que quer procurar de forma fácil** os inquiridos revelam um grande interesse nesta funcionalidade com uma média de respostas de 5,00;

- Relativamente à possibilidade de **terem um *website* fácil de utilizar/navegação** intuitiva os inquiridos revelam uma opinião bastante positiva com uma média de respostas de 5,00.
- No que diz respeito à **possibilidade de terem um *chatbot* que permite dialogar e obter apoio virtualmente** os inquiridos mostraram não ser uma funcionalidade que valorizem muito através de uma média de respostas de 4,00. Esta é uma das funcionalidades com uma média de respostas mais baixa;
- No que diz respeito à possibilidade de receberem ***newsletter* da biblioteca** os inquiridos mostram ser uma funcionalidade relevante com uma média de 5,00.
- Relativamente ao facto de existir uma **página de facebook associada ao *website* da biblioteca do barreiro** os inquiridos responderam de forma menos positiva com uma média de respostas de 5,00.
- Em relação à possibilidade de **deixarem testemunhos sobre outros livros** para que outros utilizadores possam ter um feedback antecipado a média de respostas foi positiva com 5,00. Este valor mostra que os clientes gostam de ter um conselho antes de efetuar a requisição;
- Em relação à possibilidade de **terem uma lista de sugestões similares à escolha que fazem** os inquiridos mostraram ser uma funcionalidade bastante relevante na utilização do *website* e na sua interação com uma média de respostas de 5,00.

Resumindo, os resultados demonstram que a generalidade dos inquiridos apresenta uma opinião favorável e positiva relativamente a todas as funcionalidades propostas para o *website* (exceto no que respeita às funcionalidades “Possibilidade de ter o *website* em outras línguas”, “Ter um *chatbot* que permita dialogar e obter apoio virtualmente” e “Ter uma página de facebook associada”).

Tabela 21 - Pergunta "Para cada uma das afirmações, respeitante à possibilidade de ter uma área de cliente no website para a biblioteca municipal do Barreiro, indique o grau de relevância para si enquanto utilizador, numa escala de 5 pontos, variável

Para cada uma das seguintes afirmações, respeitante à possibilidade de ter uma área de cliente no <i>website</i> para a biblioteca municipal do Barreiro, indique o grau de relevância para si enquanto utilizador, uma escala de 5 pontos, variável	Nº	Mean	Median	SD
Gerir e alterar os meus dados de cliente	210	4,91	5,00	0,34
Caixa de mensagens com as mensagens abertas e arquivadas	210	3,95	4,00	0,96
Consultar as minhas requisições	210	4,91	5,00	0,34
Requisitar livros	210	4,92	5,00	0,35
Gerir as datas das minhas requisições	210	4,96	5,00	0,21
Receber os alertas da biblioteca	210	4,87	5,00	0,41
Criar uma lista de favoritos	210	4,85	5,00	0,47
Ter acesso às minhas últimas atividades no website	210	4,76	5,00	0,56
Possibilidade de enviar um email diretamente da minha área de cliente	210	4,84	5,00	0,48

Observando a tabela 21, respeitante às funcionalidades que podem existir dentro da área de cliente do *website* da biblioteca do Barreiro, conclui-se que a opinião dos inquiridos é bastante favorável e positiva em praticamente todos os pontos exceto a funcionalidade “Caixa de mensagens com mensagens abertas e arquivadas” que mostra uma média de respostas com o valor mais baixo mas mesmo assim quase perto do 4.

Isto significa que, quando confrontados com a possibilidade de terem uma área de cliente com estas funcionalidades que permite ver toda a sua atividade, requisitar livros a partir da área privada e controlar as datas das suas requisições, comunicar com a biblioteca, os inquiridos revelam uma opinião muito favorável e concordante.

Desta forma, temos:

- Quando questionados sobre a possibilidade de **gerir e alterar os dados de cliente na área reservada**, a média de respostas dos inquiridos foi de 4,91 o que mostra ser uma funcionalidade bastante relevante para quem tem uma área de cliente. Os clientes ao conseguirem alterar os seus dados de forma independente trazem também o benefício à biblioteca de ter sempre os dados de contacto dos seus clientes atualizados que é sempre um problema para as grandes empresas;
- Relativamente à possibilidade de **terem uma separação das mensagens abertas e arquivadas** os inquiridos tiveram uma opinião menos positiva tendo sido esta a funcionalidade com uma média de respostas mais baixa, de 3,95;
- No que se refere à possibilidade de **consultarem as requisições dentro da área de cliente**, a média de resposta dos inquiridos é bastante positiva com um total de 4,91. Esta é uma das funcionalidades *core* do *website* tendo em conta que um dos grandes movimentos efetuados pelos clientes da biblioteca do Barreiro é a requisição de livros;
- Analisando a funcionalidade de **requisitar livros a partir da área de cliente**, a média de respostas dos inquiridos é de 4,92, permitindo deduzir que os clientes consideram bastante relevante estarem num ambiente onde podem consultar todos os seus dados e movimentos e conseguir efetuar ações como requisitar um livro sem ter que sair do ambiente onde se encontra, neste caso a área de cliente. Esta é uma das características que os utilizadores mais privilegiam, o facto de não estarem sempre a ser redirecionados para outras páginas;
- Quando questionados sobre o facto de poderem conseguir **gerir as datas das suas requisições**, a média de respostas dos inquiridos é bastante positiva com um total de 4,96. Sendo o *core* da biblioteca não só um espaço de estudo, mas um espaço onde os clientes têm a possibilidade de requisitar livros faz todo o sentido que também possam alargar o período de requisição. Estando o projeto focado na construção de um *website* e sendo uma das grandes vantagens do digital o conforto, a possibilidade de fazermos algo sem ter que sair de casa, é compreensível que esta funcionalidade seja bastante relevante para os inquiridos;
- No que se refere à possibilidade de **receber os alertas da biblioteca**, a média de respostas dos inquiridos é bastante positiva com um total de 4,87, o que

demonstra que os inquiridos enquanto clientes da biblioteca do Barreiro sentem-se à vontade e disponíveis para receber comunicação digital da biblioteca.

- Quando questionados sobre existir uma funcionalidade dentro da área de cliente que lhes permita **criar uma lista de favoritos**, os inquiridos responderam de forma positiva com uma média de respostas de 4,85. Esta funcionalidade irá permitir que os clientes customizem a sua própria área de cliente e a adaptem aos seus gostos.
- Quando confrontado sobre a possibilidade de **terem acesso às últimas atividades no website**, a amostra revela uma opinião favorável com uma média de respostas de 4,76. Este resultado vem comprovar e em complemento ao último resultado acima descrito que os clientes gostam de ter as suas áreas customizadas com os seus gostos, as suas preferências;
- Por último, no que diz respeito à possibilidade de **enviar um email diretamente da área de cliente**, a média de respostas é de 4,84. Esta funcionalidade tem como objetivo criar uma relação entre biblioteca-cliente através da troca de mensagens, bem como facilitar na comunicação, ou seja, aqui o cliente já tem o formulário para escrever a mensagem e apenas tem que enviar, não necessita de andar à procura dos contactos. Hoje em dia é sabido o quanto é difícil entrar em contacto com instituições como bibliotecas, câmaras municipais porque nem sempre os contactos que existem nos *websites* são os contactos mais diretos ou os mais rápidos. Assim esta funcionalidade tem o objetivo de focar e direccionar as mensagens dos clientes para que a biblioteca consiga atender de forma mais rápida e eficaz.

5 Ideias decorrentes da análise dos resultados

1º - A população tem uma formação académica bastante elevada, logo o projeto irá contribuir para o aprofundamento de conhecimentos;

2º - O elevado número de utentes justifica a construção de um *website* uma vez que irá rentabilizar a sua assiduidade;

3º - Atendendo ao número elevado de leitores, o *website* poderá contribuir para aumentar o grau de satisfação destes, dado que os poderá ajudar na resolução de problemas e pesquisas;

4º - Os utentes da biblioteca constataram a ausência de instrumentos digitais;

5º - Replicar digitalmente o contentamento manifestado no atendimento, isto é, o *website* pode melhorar o que já é uma mais-valia na biblioteca: o seu atendimento;

6º - O *website* será o instrumento de modernização da biblioteca transformando- a num espaço mais apelativo;

7º - As respostas dos inquiridos são inequívocas quanto à construção de um *website*, porque este é visto como sinónimo de mais informação, e mais conhecimento.

8º - Todas as potenciais funcionalidades do *website* foram reconhecidas pelos inquiridos, exceto uma (“Possibilidade de ter o *website* em outras línguas”), como muito úteis e necessárias.

Estas ideias fundamentam a proposta do projeto, um *website* para a biblioteca municipal do Barreiro.

6 Proposta do Projeto

Neste capítulo é apresentado o projeto desde a sua estratégia, passando pelo *insight*, conceito e público-alvo. A proposta gráfica para o *website* consta nos anexos. De modo a concretizar os *layouts* foi necessário construir a arquitetura de informação para o *website* da biblioteca municipal do Barreiro.

6.1 Estratégia do projeto

A estratégia do projeto é construir um *website* para a Biblioteca Municipal do Barreiro com o intuito de colocar a biblioteca no canal online para que esta possa usar o mesmo como um canal para interagir com os seus utentes (clientes), permitir que estes tenham acesso 24/7 aos serviços da biblioteca e tornar a relação mais dinâmica.

6.2 Objetivo do projeto

O presente projeto tem como objetivo a criação de um *website* para a Biblioteca Municipal do Barreiro com o foco em todos os clientes da biblioteca.

Ao desenvolver o *website* pretende-se compreender os aspetos determinantes para que este tenha sucesso junto dos clientes, e que funcionalidades são importantes para captar o público-alvo e fazer com que estes interajam com a biblioteca através da plataforma, criando para isso mecanismos que criem a recorrência de utilização. Através do desenvolvimento do *website* será também possível identificar os diferentes recursos necessários à implementação da plataforma nomeadamente a nível financeiro, a nível de identificação de recursos e pontos de diferenciação que irão permitir à biblioteca ser diferente das restantes do mercado.

Para isso, será feita uma análise do *insight* a retirar, definir-se-á o conceito e o público-alvo que terá impacto no projeto e os benefícios. Posteriormente será possível construir a arquitetura do *website* com a proposta gráfica e layouts respetivos e por fim, de modo a dar uma noção do investimento, o custo do desenvolvimento, será formulado um plano financeiro.

6.3 Insight

Como apreendido o *insight* é uma verdade que surge da investigação a fundo ao público-alvo. Neste caso e após ser feito um questionário *online* para se conseguir perceber a importância e relevância de um *website* para a biblioteca municipal do Barreiro pode-se retirar como elações, as pessoas consideram que um *website* traz um benefício enquanto relação e enquanto imagem para a biblioteca, ou seja, dá uma imagem mais inovadora e apelativa bem como disponibiliza mais informação ao utilizador e permite que exista uma relação durante 24/7.

6.4 Conceito

O conceito do *website* proposto para a biblioteca municipal do Barreiro possibilita a pesquisa de todos os livros e documentos existentes na biblioteca do Barreiro, bem como a sua requisição *online*, com acesso a uma área de cliente onde o utilizador tem a possibilidade de gerir os livros que requisitou, receber novidades da biblioteca segmentadas conforme o seu tipo de cliente.

O utilizador consegue ver o detalhe de cada livro e ler a parte introdutória bem como o índice para conseguir perceber se é aquele o livro que precisa ou não, se tem a informação necessária antes de requisitar *online*. Pode ainda associar comentários e classificar cada livro para ajudar outros utilizadores que precisem dos mesmos.

Saber novidades da biblioteca através de *newsletter* ou através de alertas na sua área privada. O utilizador recebe alertas quando o prazo da requisição dos livros já está a chegar ao fim e tem a opção de renovar caso não exista ninguém na “fila de espera”. O cliente pode ainda aceder a um repositório onde pode consultar documentos académicos ou dados estatísticos das diferentes entidades que proporcionam estes dados bem como ver a agenda cultural da biblioteca e caso exista algum evento em que queira participar pode aderir submetendo um formulário

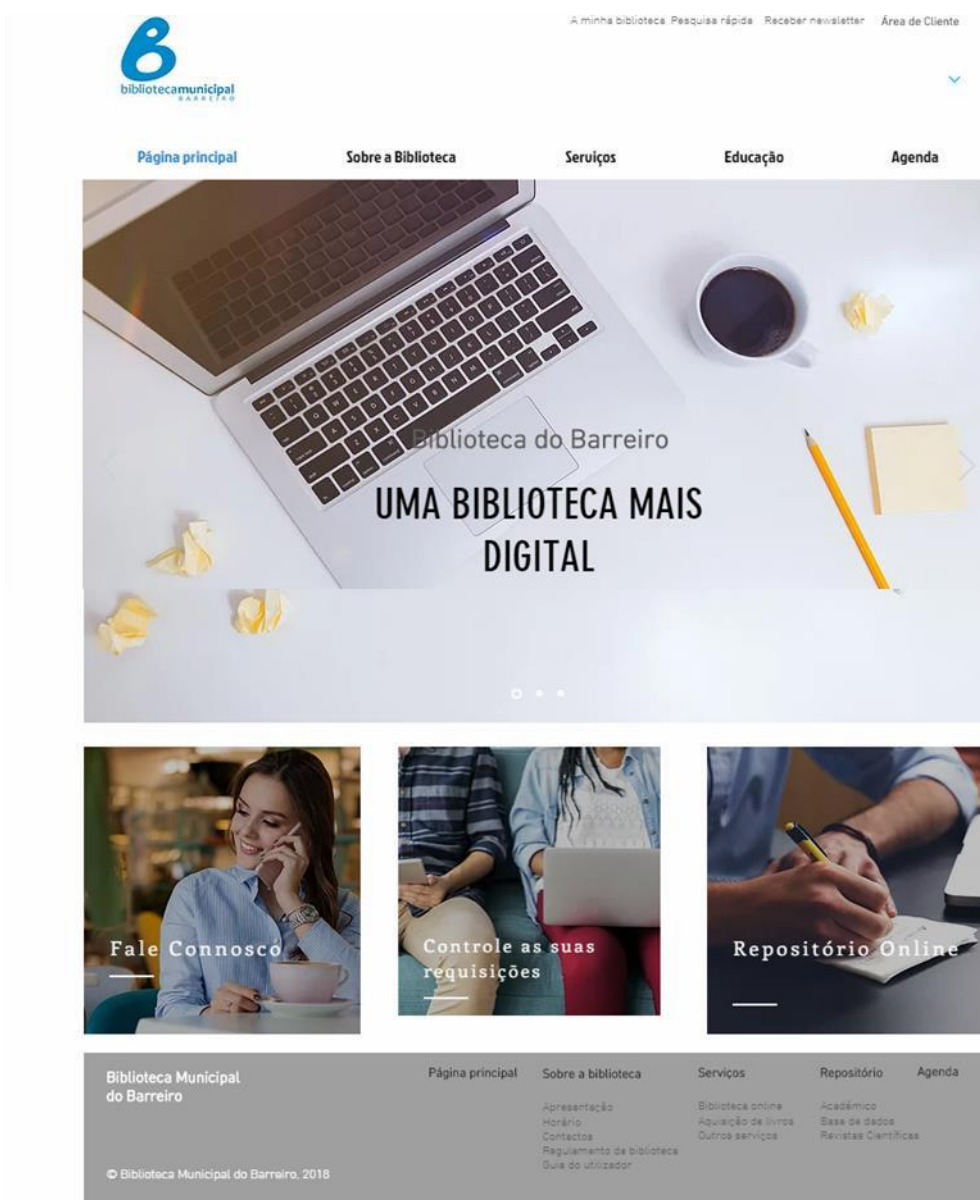


Ilustração 3 - Homepage website da biblioteca municipal do Barreiro

6.5 Público-alvo

Na generalidade, o público-alvo do *website* são todos os residentes do Barreiro e arredores que utilizam a biblioteca do Barreiro quer para estudar, quer para consultar livros, aceder à zona informática, lúdica ou até mesmo apenas quem vai à biblioteca assistir a conferências.

São clientes que já estão familiarizados com o serviço da Câmara e que facilmente apercebem as suas necessidades enquanto clientes e o que poderia a biblioteca melhorar em prol do bom relacionamento com o cliente. É mais fácil orientar

o *website* nesse sentido do que direcioná-lo a clientes que ainda não conhecem a biblioteca. Este *website* dificilmente chegara a outros clientes que não morem no Barreiro ou nos arredores e que podem encontrar outras bibliotecas perto das suas residências. Neste caso, o objetivo é colocar *online* o *website* para os clientes da biblioteca e potenciais clientes moradores no Barreiro e arredores pelo que é muito importante potenciar a relação serviço-cliente, tornando-os mais próximos. Contudo, apesar da proposta de *target* ser o atual cliente em nada invalida que a influência e a divulgação deste novo *website* junto de novos clientes não sejam importantes para a biblioteca.

6.6 Descrição do *website* da biblioteca do Barreiro

O utente da biblioteca do Barreiro é, sobretudo, um utente com idade compreendida entre os 19 e os 24 (51,9%), e mora maioritariamente na freguesia do Barreiro (84%).

São utentes que frequentam a biblioteca do Barreiro com bastante regularidade (47,1%) com o objetivo de usufruir do serviço de leitura geral (zona de estudo) da biblioteca (81%). Consideram a biblioteca pouco apelativa para os jovens (56%) e concordam plenamente que existe a necessidade de criação de um *website* para a biblioteca do Barreiro (100%), afirmando ser uma mais-valia.

São utentes que valorizam a possibilidade de consultar/requisitar os livros *online*; ter a sua própria Área de Cliente onde podem fazer a gestão dos seus livros requisitados, ver os documentos guardados; pesquisar de forma rápida e simples através do motor de busca; privilegiam a organização da informação de forma a facilitar a pesquisa; preferem uma navegação intuitiva; querem um *chatbot* onde podem esclarecer as suas dúvidas; ter um espaço com trabalhos académicos; ter a possibilidade de deixar testemunhos e ter a sua própria lista de sugestões e favoritos.

A partir destas necessidades e valorizações foi pensada uma proposta de *website* para a biblioteca do Barreiro. Um *website* que tenha estas funcionalidades que os utentes da biblioteca valorizaram e os estimule a utilizar o novo canal digital da biblioteca do Barreiro, conseguindo proporcionar-lhes uma experiência personalizada e otimizada.

Sendo simples e intuitivo, este *website* fornece ao utente o acesso à informação 24h por dia, de forma direta sobre os serviços que o mesmo procura.

A proposta de *website* da biblioteca do Barreiro apresenta na página inicial quatro menus principais: **Sobre a biblioteca; Serviços; Educação e Agenda**. Esta página inicial para além dos menus apresenta também uma zona de destaques onde a biblioteca poderá, sempre que entender, colocar uma imagem sobre um determinado serviço ou notícia que queira destacar e também tem uma zona de três sub-destaques onde o utente pode aceder rapidamente aos **Contactos; às suas Requisições** e ao **Repositório Online**. Na página inicial o utente tem ainda links diretos para a **Área de Cliente** e para a opção de receber a newsletter da biblioteca.

SOBRE A BIBLIOTECA

O menu principal **Sobre a biblioteca** tem como sub-menus a **apresentação, horário, contactos, regulamento** e **guia do utilizador**.

- O sub-menu apresentação dá a conhecer a biblioteca a todos os utentes, com a informação da localização bem como o acesso direto ao Google maps;
- O sub-menu horário é composto pelos horários da biblioteca;
- O sub-menu contactos tem todos os contactos gerais da biblioteca, tem o *email* e o acesso rápido ao facebook da Câmara Municipal do Barreiro;
- O sub-menu regulamento da biblioteca tem toda a informação sobre a organização e o modo de funcionamento da biblioteca enquanto entidade;
- O sub-menu guia do utilizador é um menu onde existe um PDF que explica como e onde aceder aos vários sítios no *website*. Como o *website* da biblioteca do Barreiro é novo, o utente nas primeiras vezes que aceder terá ao seu dispor um guia do utilizador em duplo formato; tutorial e PDF.

Caso o utente escolha o formato tutorial, verá um vídeo explicativo sobre todos os menus e todas as funcionalidades do *website*. O vídeo só passa para a explicação seguinte se o utente disser que “SIM”. Deste modo, a biblioteca do Barreiro se certifica que os utentes ficam a conhecer todos os menus e funcionalidades existentes no *website*.

O utente pode repetir o tutorial sempre que achar necessário. Esta é uma forma de sistema de navegação suplementar e tem como função auxiliar a usabilidade e facilitar a localização dentro do *website*.

SERVIÇOS

Tendo como objetivo disponibilizar ao utente, tanto no canal *online* como no canal *offline*, os diversos serviços da biblioteca, este menu é composto pelos seguintes sub-menus **biblioteca online**, **requisição de livros e outros serviços**.

- No sub-menu **biblioteca online**, o utente pode ver todos os livros que existem na biblioteca, consultar a sinopse e ver os dados dos livros. Pode ainda ver as recomendações e as avaliações de outros utentes sobre o livro.
- O sub-menu **requisição de livros** é uma página semelhante à *biblioteca online*, mas aqui o utente pode ver quantos existem disponíveis e requisitá-los através da consulta de um calendário *online*. Todos os pedidos de requisição ficam registados no “carrinho de compras”. No entanto, o utente, se quiser finalizar a requisição, entra na sua área de cliente onde completa o pedido dos livros a requisitar.
- O sub-menu **Outros serviços** tem como objetivo mostrar ao utente tudo o que a biblioteca dispõe/oferece enquanto canal *offline*.

Um dos objetivos do *website* é incentivar a permanência dos utentes, por isso procura-se replicar os serviços de consulta e requisição, que existem no espaço físico, no espaço online. Permitindo assim que o utente usufrua o mais possível do *website* e tenha um serviço rápido e confortável a qualquer hora e em qualquer lugar. Podendo deste modo pesquisar todos os livros que existem na biblioteca e entrar nos detalhes inerentes à sua “biografia”. Antes ainda de ir para o detalhe “biográfico” do livro, o utente consegue, no entanto, ver de imediato a classificação que ele tem e os comentários que sobre si foram produzidos.

Quando o utente segue então para o detalhe do livro encontra a seguinte informação: sinopse; opinião dos leitores; nota sobre o autor. Nesta página, o utente encontra igualmente a requisição do livro; a possibilidade de guardar nos favoritos; deixar um comentário e avaliar o livro.

Tendo em conta que os inquiridos disseram que o processo de requisição de livros no espaço físico era rápido e simples (44,8%), procurou-se não defraudar expectativas e reproduzir esse processo para o *website* com as mesmas características de

rapidez e simplicidade, mantendo assim um elevado nível de satisfação no ambiente digital.

EDUCAÇÃO

O menu **Educação** tem como objetivo possibilitar aos utentes, preferencialmente estudantes, o acesso à informação académica e especializada.

Este menu é composto pelos seguintes sub-menus: **académico; bases de dados; e revistas científicas.**

O sub-menu **académico** é um repositório de trabalhos meramente académicos, que pode ser “alimentado” por todos os estudantes que queiram partilhar os seus trabalhos com a comunidade estudantil.

O sub-menu **bases de dados** define-se como uma base de *links* úteis para várias entidades que trabalham dados como, por exemplo, a Pordata.

O sub-menu revistas científicas não é mais do que uma página com *links* úteis de várias revistas científicas que estejam presentes também na biblioteca do Barreiro.

Este menu da Educação, uma vez que foi pensado especialmente para os estudantes, apresenta ainda uma opção “fazer *uploads* de trabalhos”, cujo objetivo é incentivar a partilha e criar uma comunidade de entreajuda entre os estudantes. A página tem como opções de interação: trabalhos de secundário, trabalhos de licenciatura, trabalhos de mestrado e doutoramento. Por conseguinte, estas funcionalidades permitem aos estudantes do Barreiro colaborar diretamente entre si.

AGENDA

Uma vez que a biblioteca é uma instituição pública que pertence ao município do Barreiro faz todo o sentido que exista uma área no *website* dedicada à Cultura.

Por isso foi concebido o menu **Agenda**, cuja finalidade é divulgar os eventos culturais que se realizam na biblioteca e nos demais espaços do município do Barreiro. Cada evento é composto por um pequeno descritivo, contactos, horário e, caso seja necessária inscrição prévia, formulários. Todos estes elementos estarão presentes no menu Agenda junto dos eventos a que este se aplicou.

Sempre que o utente submeter a sua inscrição fica registado na sua área de cliente e no dia do *workshop* recebe um *email* a avisar com todos os detalhes. Também a biblioteca por cada inscrição recebe um *email* de alerta para que seja contabilizado.

Por último, nesta página o utente pode escolher ainda uma das várias categorias: conferências, exposições, concertos, mercados e feiras, gastronomia, e passeios e visitas.

ÁREA DE CLIENTE

O menu Área de Cliente é a área privada do utente da biblioteca do Barreiro, onde pode fazer a gestão da requisição de livros, a consulta e a alteração de dados pessoais, a consulta de livros *online* e das suas inscrições em eventos culturais.

Relativamente às funcionalidades que devem existir dentro da área de cliente do *website* da biblioteca do Barreiro, a maioria dos inquiridos considerou muito favorável: gerir e alterar os meus dados de cliente; consultar as minhas requisições; requisitar livros; gerir as datas das minhas requisições, entre outros.

Sabendo que o *website* não pode apenas proteger a privacidade dos clientes/utentes, mas também deve informar de que modo será feita (Peppers & Rogers Group), então no *website* da biblioteca do Barreiro irá existir um documento com as políticas de privacidade de forma clara para que o utente tome conhecimento. Estes documentos estarão visíveis na Área de Cliente.

Existe o objetivo e compromisso de tornar cada vez melhor o *website do* Barreiro, e isso passa por atender às necessidades de cada utente. Daí que haja, na área de cliente, pop-ups de *gamification*. Sempre que o utente entre na sua Área de Cliente será impactado por questões de resposta rápida, por forma a possibilitar à biblioteca conhecer cada vez melhor os seus utentes.

Qualquer utente poderá na sua área de cliente actualizar os dados sempre que entender quando entender. Dentro da área de cliente existe um menu de dados pessoais. A actualização dos dados é feita na hora e assim que o utente submete a actualização dos seus dados é enviado um *email* a alertar a biblioteca. O utente pode ainda escolher a ordem dos menus dentro da área de cliente colocando assim os de maior importância em primeiro lugar e assim sucessivamente. Tal como Peppers & Rogers Group refere, os

melhores *websites* estão bastante avançados em relação ao controlo que dão aos utilizadores em relação à atualização de dados pessoais, conteúdo e escolha de assuntos de interesse.

Dentro da área de cliente, este consegue personalizar os seus dados e o seu perfil. Na página inicial, tem a possibilidade de colocar uma fotografia de perfil como uma forma de criar uma identidade no *website* da biblioteca do Barreiro. Esta identificação do utente não é pública para todas as pessoas. O perfil do utente só pode ser visualizado por ele mesmo e pela biblioteca do Barreiro. A vantagem de poder criar o seu perfil neste tipo de ambiente é que a partir de um simples *login*, o utente pode guardar as suas preferências durante a pesquisa, guardar as requisições dos livros; poderá guardar o histórico de navegação no *website*, entre outros.

Além disso, pode dispor também de um menu Caixa de Mensagens onde encontra todos os *emails* enviados pela biblioteca bem como os que foram enviados por si para a biblioteca. O objetivo é criar um espaço do utente e por isso os *emails* são geridos na sua área de cliente e não no seu *email* privado. Sempre que o utente quiser enviar um *email* tem a opção de “enviar *email*” que irá abrir um formulário com uma lista de motivos.

Tem um menu Consultar requisições onde o utente pode visualizar todas as suas requisições e a data de entrega. Caso assim o entenda, pode prolongar o pedido de requisição clicando no botão “Pedido de renovação” que irá abrir um calendário onde o utente irá escolher dos dias que estão livres para quando deseja requisitar novamente. O pedido fica registado na sua área de cliente e é enviado um alerta para a biblioteca.

Existe na área de cliente a opção de visualizar os contactos da biblioteca. Neste menu o utente pode entrar em contacto com a biblioteca através de mensagens instantâneas/*chat*.

Por fim, no menu As minhas inscrições é possível ao utente consultar todas as inscrições feitas no âmbito de eventos culturais. Todas as inscrições feitas *online* são encaminhadas não só para a área de cliente como para a biblioteca para que possa ficar com o registo total das participações.

NAVEGAÇÃO

Durante a navegação no *website*, estará sempre presente no canto superior direito a opção de pesquisa/procura (navegação suplementar). Em relação ao facto de **conseguirem pesquisar através do motor de busca**, os inquiridos referem que é importante conseguirem obter os resultados às suas pesquisas de forma rápida.

O sistema de navegação é a forma de interação dos utentes com o *website* da biblioteca e com o conteúdo informacional disponível, ou seja, se a biblioteca do Barreiro deve proporcionar aos seus utentes um sistema de navegação bem definido e organizado, permitindo que este se desloque de um ponto para o outro pelo caminho desejado, possibilitando um melhor aproveitamento do tempo de uso ou de acesso, evitando assim que o utente tenha que passar por várias páginas até chegar à informação desejada, ou que se depare com *links* inválidos, entre outros problemas.

Esta importância vai de encontro ao que foi citado no enquadramento teórico por Vidotti e Sanches (2004) que referem que a otimização e o mapeamento dos caminhos a serem percorridos pelos utentes precisam de ser previamente definidos no processo de aplicação de estrutura ou esquemas de organização, com a validação dos caminhos construídos, como barras de navegação gráfica, tabelas de conteúdo, mapas do *website*, por exemplo, para que o utente visualize facilmente todo o conteúdo desejado e quais os caminhos que podem ser percorridos dentro da estrutura do *website* (Fantinel, 2009).

Esta proposta de *website* tem como um dos grandes objetivos tornar a imagem da biblioteca menos “escura” e trazer alguma inovação a esta instituição. Este objetivo vai de encontro à pergunta "A biblioteca é apelativa para os jovens (ex. espaço, ambiente)" que foi colocada no questionário online e onde mais de metade dos inquiridos 56,2% (118 indivíduos) não concorda nem discorda com esta afirmação, 16,2% (34 indivíduos) diz não concordar, 11,9% (25 indivíduos).

6.7 Arquitetura de informação do *website*

Após a descrição do projeto é importante fazer a construção gráfica do *website* de modo a exemplificar a sua navegação e funcionamento. Para isso é essencial saber em primeiro lugar como é que a informação deve ser apresentada aos clientes. Desta forma, a Arquitetura de Informação (AI) é o primeiro passo da organização da informação do *website*.

A Arquitetura de Informação (AI) é a forma de se estruturar os conteúdos do *website*, e torná-lo simples e gerir. A AI tem uma importância central na definição de um projeto e deve estar claramente definida antes de se iniciar a construção do mesmo. (Seara - Agência Digital, s.d.).

Fling (2009) afirma que uma das formas de organizar a AI é através de *site maps*. De acordo com o autor o *site map* representa a relação entre os conteúdos e providencia um mapa de como os utilizadores navegam através do site, neste caso, da aplicação.

O mapa do *website* descreve o conteúdo do *website* e a relação entre as diferentes *tabs/* separadores.

A figura 4 refere-se ao mapa do *website* onde se referem aos conteúdos do primeiro nível de informação; os conteúdos do segundo nível de informação e o terceiro nível.

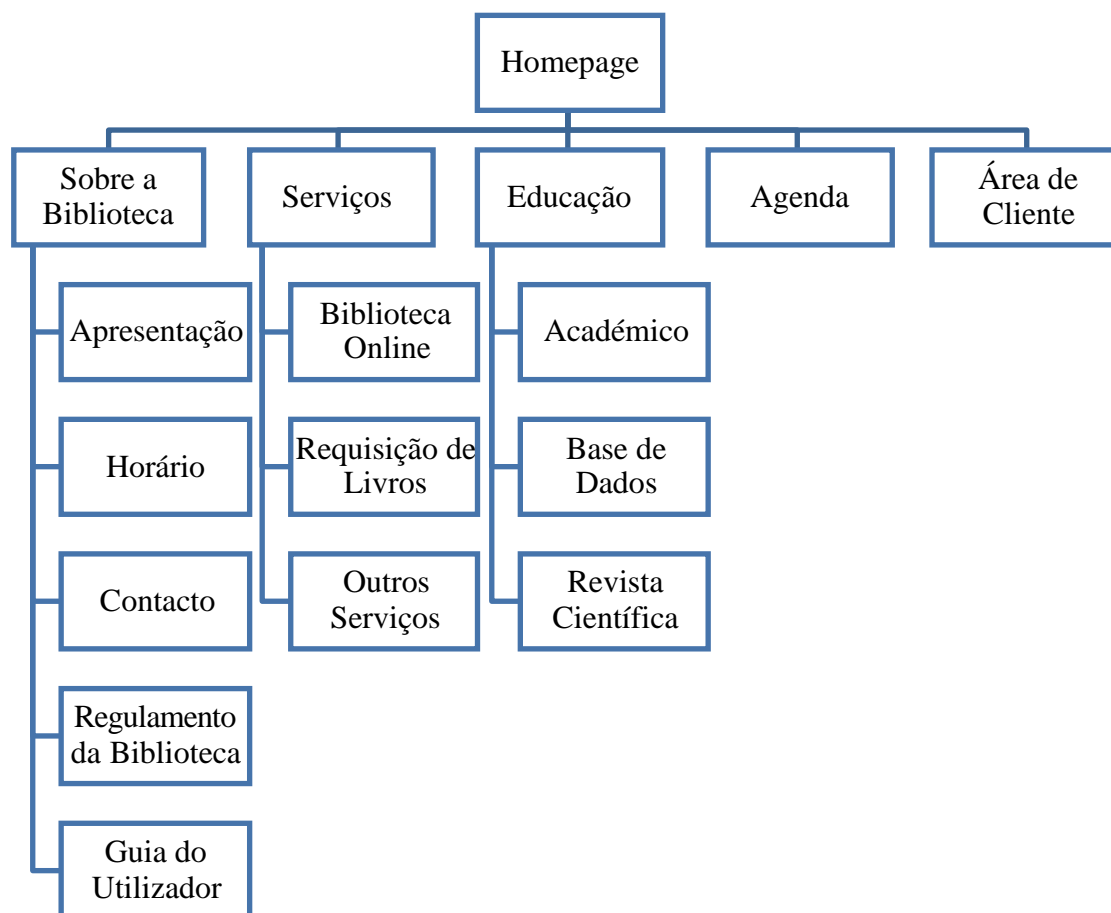


Ilustração 4 - Arquitetura de informação do Mapa do Website

Como se pode observar na ilustração 4 que diz respeito à AI do mapa do *website*, na *homepage* o cliente tem acesso ao menu composto pelo **Sobre a biblioteca**, **Serviços**, **Educação** e **Agenda**, sendo que tem ainda possibilidade de aceder na *homepage* à sua **Área de cliente** onde será direcionado para uma página específica.

No segundo nível de informação estão as opções dos menus. São elas: apresentação, horário, contacto, regulamento da biblioteca e guia do utilizador para o menu Sobre a biblioteca. No menu Serviços as opções de menu são biblioteca *online*, requisição de livros e serviços e no menu Repositório tem académico, base de dados e revistas científicas.

Os menus funcionam por *dropdown*, permitindo aceder a várias opções sem abrir novas páginas.

Após a visualização geral da AI do *website* segue-se a apresentação da AI do registo na área de cliente.

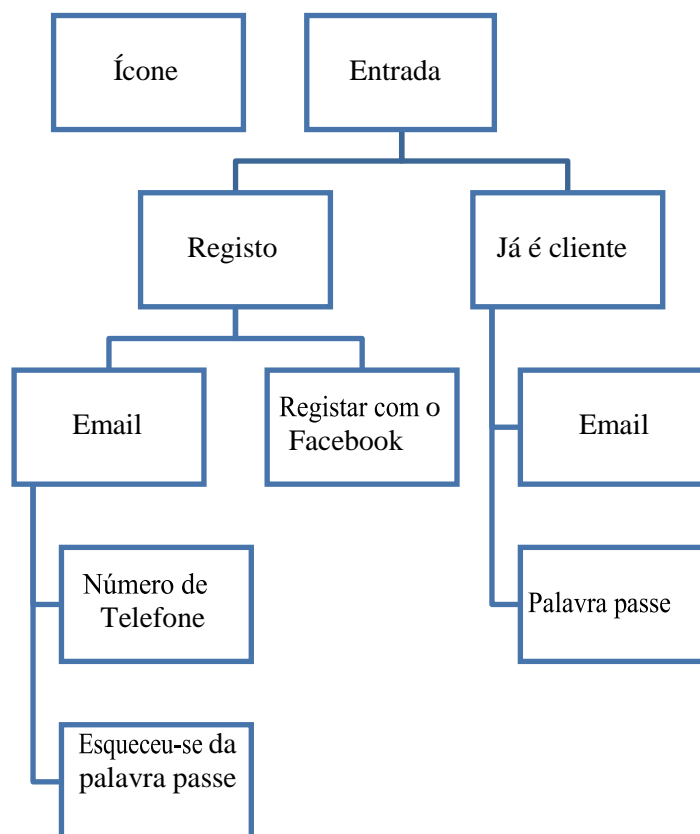


Ilustração 5 - Arquitetura de informação do Processo 1: Registo

Após o cliente entrar no *website* da biblioteca do barreiro é apresentado o ícone da área reservada. O primeiro passo é o registo/login que pode ser realizado de duas formas: ou através do *email* ou através do Facebook. No caso de o cliente já estar registado, mas não se recordar dos seus dados de login, pode recuperá-los nesta secção. Após o registo é solicitado que o cliente preencha o formulário com alguns dados pessoais e que aceite os Termos de Condições e uso. Neste passo é também aplicado o RGPD, que desde 25 de Maio 2018 vigora.

De acordo com a nova lei do Regulamento Geral da Proteção dos Dados, é obrigatório informar acerca da base legal para o tratamento de dados, prazos de conservação dos mesmos e transferência dos mesmos (Dados, 2018).

O princípio da transparência exige que qualquer informação destinada ao público ou ao titular dos dados seja concisa, de fácil acesso e compreensão, bem como formulada numa linguagem clara e simples, e que se recorra, adicionalmente, à visualização sempre que for adequado. Essas informações poderão ser fornecidas por

via eletrónica, por exemplo num sítio web, quando se destinarem ao público (União Europeia, 2016).

Este passo é realizado apenas uma vez e após este processo a área de cliente está pronta a ser utilizada. Também irá existir um *banner* de destaque na *homepage* sobre a área de cliente para incentivar os clientes a fazerem o seu registo. É importante referir que quantos mais clientes fizerem o seu registo na área de cliente melhor para a biblioteca do barreiro pois é uma forma de ficar a conhecer melhor que tipo de cliente tem, os seus interesses, idades, gostos, etc. É muito o objetivo da área privada.

7 Conclusão

O Canal Digital tem vindo a alcançar, em todas as áreas da sociedade, uma importância cada vez maior. No entanto, paradoxalmente, constatou-se que, na Biblioteca Municipal do Barreiro, esta ferramenta digital não existe. Por isso este trabalho pretendeu ser uma resposta a essa ausência e propor uma solução a nível de *website* com os consequentes benefícios.

Neste sentido, desenvolveu-se tal como previsto o conceito e a estrutura de uma nova plataforma digital, o *website* da biblioteca do Barreiro, permitindo aos utentes o acesso a todos os serviços da biblioteca, desde a consulta e requisição de livros até dispor de uma área privada.

Procurou-se, por conseguinte, construir um *website* que tivesse não só as funcionalidades que os utentes da biblioteca do Barreiro valorizassem, mas também que os estimulasse a utilizar o canal digital, proporcionando-lhes uma experiência personalizada e otimizada.

Através deste projeto foi possível desenvolver conhecimentos.

A primeira aprendizagem, foi conhecer a história das bibliotecas públicas distritais, cujo início data da primeira metade do século XIX.

A segunda aprendizagem foi tomar consciência da sua missão social, que se caracteriza por facultar o livre acesso à informação, estimular o gosto pela literatura, promover a inclusão social e a cidadania. Por outras palavras, as bibliotecas são centros vitais para a defesa da liberdade de expressão e garantia de uma sociedade democrática (IFLA, 2005).

A terceira aprendizagem foi saber que a biblioteca pública está a viver uma situação de viragem e a necessitar de desenvolver serviços que utilizem as facilidades das novas tecnologias, sendo urgente a criação da biblioteca virtual portuguesa (Pereira, 2004).

O presente projeto enfrentou algumas dificuldades/limitações uma vez que a informação sobre a temática para suporte do projeto, Biblioteca 2.0, é bastante escassa o que complicou a obtenção de informação que sustentasse as ideias da aluna para a idealização e conceção da estrutura do *website*. Não obstante a maior limitação foi a

idealização da estrutura do *website* com base nas necessidades dos inquiridos.

Conclui-se que com a presente investigação que o público da biblioteca tem efetivamente muito interesse na possibilidade da existência de um *website* para a biblioteca, e existe um potencial de aproveitamento e sucesso do canal digital.

Verifica-se ainda que existe um grande potencial relativamente à proposta apresentada, sendo que a aceitação e o interesse do público-alvo pelas funcionalidades inerentes à mesma revelam-se positivas e estatisticamente significativas.

Em termos futuros, os próximos passos a seguir prende-se, numa primeira fase de desenvolvimento, com a identificação de parceiros externos e internos que permitem à biblioteca do Barreiro, melhorar os seus conhecimentos do canal digital para a construção do *website*, apostar na sua implementação e promoção. A segunda fase aposta na aferição dos resultados desta implementação, isto é, como é que este *website* está a ser utilizado pelos clientes/utentes e se está a ir de encontro às suas necessidades.

Assim sendo, este projeto se assumiu como um pequeno contributo para a concretização desse sonho: “Este padrão - como diria o poeta – sinala ao vento e os céus / que, da obra ousada, é minha a parte feita” (Pessoa, 1993).

Bibliografia

Alvim, L., 2007. *Blogues e Bibliotecas: construir redes na web 2.0*. [Online] Available at: <http://apbad.pt/CadernosBAD/Caderno12007/LAlvimCBAD107.pdf> [Acedido em 26 Agosto 2018].

Alvim, L., 2011. *As Redes de Comunicação nas Bibliotecas: estudo sobre a utilização das tecnologias Web 2.0 nas estratégias de comunicação nas bibliotecas públicas e académicas portuguesas*. [Online] Available at: https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/1337/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o_Mestrado_MLuisa_Almeida.pdf [Acedido em 26 Agosto 2018].

Alvim, L. & Melo, M. L., 2015. *A Missão Social da Biblioteca Pública - Uma visão das bibliotecas públicas portuguesas a partir do Facebook*. [Online] Available at: https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/18337/1/TeseDIGITAL_6fevfinal.LuisaAlvim.pdf [Acedido em 26 Agosto 2018].

Amândio, M. J., 2010. *Literacias de In(Formação) 3.0 em tempos de Web 2.0: novas perspectivas*. [Online] Available at: <https://www.bad.pt/publicacoes/index.php/cadernos/article/viewFile/755/754> [Acedido em 3 Setembro 2018].

Anon., s.d. *La Manifiesto de la UNESCO sobre la Biblioteca Pública. 1949*, Galicia: s.n.

Antunes, M. d. L. & Seguro-de-Carvalho, P., 2015. *Competências digitais: a utilização eficiente dos recursos*. [Online] Available at: https://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/1325/pdf_10 [Acedido em 16 Setembro 2018].

Barreiro, C. M. d., 2015. *Biblioteca Municipal do Barreiro*. [Online] Available at: <http://www.cm-barreiro.pt/pages/817>
[Acedido em 18 Outubro 2017].

Barreiro, S. C. M. d., 2015. *Câmara Municipal do Barreiro*. [Online] Available at: <http://www.cm-barreiro.pt/pages/824>
[Acedido em 14 Novembro 2017].

Barreto, A. M., 2011. *Uma visão sobre a evolução entre marcas e consumidores após a emergência da Web 2.0*. [Online] Available at: <http://pentaho.lettras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/1979/3264>
[Acedido em 26 Agosto 2018].

Bates, M. J., 2005. *Information and knowledge: an evolutionary framework for information science*. [Online] Available at: <http://www.informationr.net/ir/10-4/paper239.html>
[Acedido em 26 Agosto 2018].

Becker, L., 2016. *Qual a importância da análise de métricas para sites?* [Online] Available at: <https://www.organicadigital.com/blog/qual-a-importancia-da-analise-de-metricas-para-sites/>
[Acedido em 20 Maio 2018].

Beira, G. d., 2018. *Conferência - "Bibliotecas Vivas: transformar o nosso mundo"*. [Online] Available at: <https://gazedabeira.pt/profissionais-de-todo-o-pais-debateram-o-papel-das-bibliotecas-publicas/>
[Acedido em 11 Setembro 2018].

Berry, L., 2002. Relationship Marketing of Services—Perspectives from 1983 and 2000. *Journal of Relationship Marketing*, Volume I, p. 73.

Borges, M. M., 2001. *A Biblioteca Digital, da imaginação em exercício ao exercício da imaginação*, s.l.: s.n.

Boutin, P., 2006. *Web 2.0 doesn't live up to its name*. [Online] Available at: <http://www.slate.com/id/2138951>
[Acedido em 26 Agosto 2018].

Brown, S. A., 2000. *Customer Relationship Management, A Strategic Imperative in the World of e-Business*. 1º ed. Etobicoke, Ontario: John Wiley & Sons Canada Limited.

Buttle, F., 2009. *Customer relationship management: concepts and technologies*. 2º ed. s.l.:Routledge.

Buttle, F. & Maklan, S., 2008. *Customer Relationship Management*. 2º ed. Londres: s.n.

Caldeira, P. Z., 2003. *A usabilidade das bibliotecas digitais: a perspectiva dos leitores/utilizadores*, s.l.: Cadernos BAD 2.

Carmo, N. M., 2015. *Web 2.0 e Biblioteca 2.0: Serviços e produtos de informação aplicados à biblioteca escolar*. [Online] Available at: [http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUBD-A4UNVE/trabalho de conclus o de curso naara alves web 2.0 e biblioteca 2.0.pdf?sequence=1](http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUBD-A4UNVE/trabalho_de_conclusao_de_curso_naara_alves_web_2.0_e_biblioteca_2.0.pdf?sequence=1)
[Acedido em 26 Agosto 2018].

Casey, M. & Savastinuk, L., 2007. *Library 2.0: A Guide to Participatory Library Service*. New Jersey: Information Today, Inc.. [Online] [Acedido em 26 Agosto 2018].

Cintra, A., s.d. *O que é conteúdo interativo?* [Online] Available at: <http://www.postdigital.cc/blog/artigo/o-que-e-conteudo-interativo> [Acedido em 16 Setembro 2018].

C., s.d. *ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO PARA BIBLIOTECAS DIGITAIS: UMA ABORDAGEM CENTRADA NO USUÁRIO*, Marília: s.n.

Coltman, T., 2007. Why build a customer relationship management capability?. *The Journal of Strategic Information Systems*, 16(3), pp. 301-320.

Dados, P. d., 2018. *O Regulamento*. [Online] Available at: <https://protecao-dados.pt/o-regulamento/> [Acedido em 10 Julho 2018].

de la Torre, A., 206. *Web Educativa 2.0*. [Online] Available at: <http://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/515> [Acedido em 11 Setembro 2018].

D. I., 2010. *Dicionário Informal - Modus Operandi*. [Online] Available at: <https://www.dicionarioinformal.com.br/modus+operandi/> [Acedido em 11 Setembro 2018].

Dias, P., s.d. *O que é Acessibilidade Web?*. [Online] Available at: <https://www.pedrodias.net/biblioteca/o-que-e-acessibilidade> [Acedido em 16 Setembro 2018].

Dionísio, P. et al., 2009. *b-Mercator, Blended Marketing*. 1º ed. Alfragide: Dom Quixote.

do Barreiro, C. M., s.d. *Equipamentos Escolares*. [Online] Available at: <https://www.cm-barreiro.pt/pages/522> [Acedido em 1 Julho 2018].

Elias, M., 2010. *O que é interface gráfica?* [Online] Available at: <http://www.explorando.com.br/o-que-e-interface-grafica/> [Acedido em 11 Setembro 2018].

Enge, E., Spencer, S. & Stricchiola, J., 2012. *The Art of Seo - Mastering Search Engine Optimization*. 2º ed. Sebastopol: O'reilly.

Ferraz, M. N., 2014. *O papel social das bibliotecas públicas no século XXI e o caso da Superintendência de Bibliotecas Públicas de Minas*. [Online] Available at: <http://www.scielo.br/pdf/pci/v19nspe/04.pdf> [Acedido em 25 Agosto 2018].

Fling, B., 2009. *Mobile Design and Development*. 1º ed. USA: O'Reilly Media.

Fonseca, J. d., s.d. *O que é Acessibilidade na Web*. [Online] Available at: <http://www.seomaster.com.br/blog/o-que-e-acessibilidade-na-web> [Acedido em 16 Setembro 2018].

Garcia, C. S., 2009. *La Biblioteca 2.0: De la biblioteca expositiva a la biblioteca interativa*. Lisboa: Colibri.

Gordon, I., 1998. *Marketing de Relacionamento: estratégias, técnicas e tecnologias para conquistar clientes e mantê-los para sempre*. 1º ed. São Paulo: Futura.

GOV, s.d. *O que é User Experience (UX)*. [Online] Available at: <https://usabilidade.gov.pt/o-que-e-user-experience> [Acedido em 2 Julho 2018].

Greenberg, P., 2001. *CRM, Customer Relationship Management na velocidade da luz: conquista e lealdade de clientes em tempo real na Internet*. s.l.:Campus.

Greenberg, P., s.d. *CRM – Customer Relationship Management: Na Velocidade da Luz*. [Online] Available at: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32198478/CRM-Customer_Relationship_Management_livro.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1515279570&Signature=X7XGBmHdZeAQeC7kcFiSUz7GdFI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DCRM [Acedido em 6 Janeiro 2018].

Habib, M., 2006. *Toward Academic Library 2.0: Development and Application of a Library 2.0 Methodology*. [Online] Available at: <http://www.mchabib.com/2006/11/22/toward-academic-library-20-development-and-application-of-a-library-20-methodology-my-masters-paper/> [Acedido em 11 Setembro 2018].

Hilbuln, J., 2011. *Using social networking sites to connect teens with young adult literature. In Teens, libraries and social networking: what librarians need to know*. Santa Barbara, California: Libraries Unlimited.

I., 2003. *The Role of Libraries in Lifelong Learning, IFLA/Public Libraries Section*, s.l.: s.n.

I., 2005. *Alexandria Manifesto on Libraries, the Information Society in Action*, Alexandria: s.n.

I., 2016. *Manifiesto de la IFLA/UNESCO Sobre la Biblioteca Pública 1994*.
[Online]
Available at: <https://www.ifla.org/ES/publications/manifiesto-de-la-ifla-unesco-sobre-la-biblioteca-p-blica-1994>
[Acedido em 11 Setembro 2018].

Idehen, K. U., 2004. *The Difference Between Information and Knowledge*.
[Online]
Available at: <http://www.openlinksw.com/blog/~kidehen/index.vsp?id=650>
[Acedido em 26 Agosto 2018].

Jenkins, H., 2008. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.

Koontz, C. & Gubbin, B., 2010. *IFLA Public Library Service Guidelines*. 2º ed. Berlin/Munich: De Gruyter Saur.

Kotler, P., 2000. *Administração de Marketing*. 10º ed. São Paulo: Prentice Hall.

Kotler, P., 2010. *Marketing para o século XXI*. 6º ed. Barcarena: Editorial Presença.

Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V. & Saunders, J., 2008. *Principles of Marketing*. 5º ed. Harlow: Pearson Education Limited.

Kotler, P. & Keller, K. L., 2016. *Marketing Management*. 15º ed. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.

Lima, C. & Alvelos, H., 2012. *Virtualização da Biblioteca: Novas abordagens face à emergência de culturas digitais*. Algarve, s.n.

Lima, C. R., Marcial, V. F. & Alvelos, H., 2015. *BIBLIOTECAS PÚBLICAS PORTUGUESAS 2.0: resultados de um estudo*, Porto: Universidade do Porto e da Universidade Nova de Lisboa.

Linhaus, M. & Oliveira, E. d., s.d. *DESIGN EM BIBLIOTECAS DIGITAIS: UM NOVO PARADIGMA DE INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO NA WEB 2.0*, s.l.: s.n.

Margaix-Arnal, D., 2007. *Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales*. [Online] Available at: <http://eprints.rclis.org/handle/10760/9521#.T5a-t45qMy4> [Acedido em 12 Setembro 2018].

Maria, D. F., 2013. *BIBLIOTECA 2.0: PRODUÇÃO E ORGANIZAÇÃO DO CONHECIMENTO NA INTERNET*. [Online] Available at: <http://recil.grupolusofona.pt/jspui/bitstream/10437/4357/1/BIBLIOTECA%202.0%20produ%C3%A7%C3%A3o%20e%20organiza%C3%A7%C3%A3o%20do%20conhecimento%20na%20Int.pdf> [Acedido em 4 Setembro 2018].

Marques, M. C., s.d. *Marketing e Comunicação: A web como ferramenta para a promoção turística dos hotéis da Costa do Estoril*, s.l.: s.n.

Martins, A. B., Martins, A. & Gonçalves, R., 2015. *Contornar armadilhas: o desafio de criar um website acessível e inclusivo*. [Online] Available at: https://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/1438/pdf_24 [Acedido em 16 Setembro 2018].

Melo, R., 2017. *Web Analytics: a importância da medição das atividades online*. [Online] Available at: <https://pt.linkedin.com/pulse/web-analytics-import%C3%A2ncia-da-medi%C3%A7%C3%A3o-das-atividades-online-melo> [Acedido em 20 Maio 2018].

Monckey, S., s.d. *Survey Monkey*. [Online] Available at: <https://pt.surveymonkey.com/mp/identify-customer-touchpoints/> [Acedido em 15 Janeiro 2018].

Nielsen, J., 2012. *Usability 101: Introduction to Usability*. [Online] Available at: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/> [Acedido em 15 Fevereiro 2018].

Nunes, M. B., 2003. *El Medio es el servicio: sitios web de bibliotecas públicas en Portugal y España.* [Online]
Available at: <http://repositorio.uportu.pt/xmlui/bitstream/handle/11328/581/Nunes-ElMedio-es-el-Servicio.pdf?sequence=2>.

[Acedido em 12 Setembro 2018].

Oliveira, W., 2000. *CRM e E-Business.* Lisboa: Edições Centro Atlântico.

O'Reilly, T., 2005. *What Is Web 2.0 | O'Reilly Media.* [Online]
Available at: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-isweb-20.html>

[Acedido em 26 Agosto 2018].

P., 2012. *Usabilidade na web.* [Online]
Available at: <https://www.devmedia.com.br/usabilidade-na-web/24737>

[Acedido em 16 Setembro 2018].

Payne, A., 2006. *Handbook of CRM: achieving excellence in customer management.* s.l.:Routledge.

Peltier-Davis, C., 2009. *Web 2.0, library 2.0, library user 2.0, librarian 2.0: Innovative services for sustainable libraries.* [Online]
Available at: https://www.researchgate.net/publication/293401394_Web_20_library_20_library_user_20_librarian_20_Innovative_services_for_sustainable_libraries

[Acedido em 12 Setembro 2018].

Peppers, D. & Rogers, M., 2000. *CRM Séries Marketing 1 a 1: Um guia executivo para entender e implantar estratégias de Customer Relationship Management,* São Paulo: Pepper and Rogers Group Brasil.

Pereira, Â. S., 2004. *O Advento Digital e a nova missão da Biblioteca Pública,* Leiria: s.n.

Pereira, F., 2011. *AVALIAÇÃO DE USABILIDADE EM BIBLIOTECAS DIGITAIS: UM ESTUDO DE CASO.* [Online]
Available at: http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/ECID-8LAKHD/dissertacao_pdf.pdf?jsessionid=93BC8CE862E4D47A3CE5B1DAD839A7D

7?sequence=1

[Acedido em 16 Setembro 2018].

Prado, L. P. & Castro, C. C., 2009. *Relatório sobre Juventude, Inovação e Sociedade do Conhecimento na Ibero-América*. [Online] Available at: <http://www.scribd.com/doc/30998400/Relatorio-sobre-aJuventude-na-Sociedade-de-Conhecimento-da-Inovacao>

[Acedido em 29 Agosto 2018].

Queiroz, J., s.d. *Fluxo Consultoria - Como medir a satisfação dos clientes com o Net Promoter Score NPS*. [Online] Available at: <http://fluxoconsultoria.poli.ufrj.br/blog/gestao-empresarial/como-medir-satisfacao-dos-clientes-com-net-promoter-score/>

[Acedido em 24 Março 2018].

Rababah, K., Mohd, H. & Ibraim, H., 2011. Customer Relationship Management (CRM) Processes from Theory to Practice: The Pre-implementation Plan of CRM System. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 1(1), pp. 22-27.

Reis, J. L., 2000. *O marketing personalizado e as tecnologias de informação*. Lisboa: Edições Centro Atlântico.

Ribeiro, R. B. et al., 2013. *Marketing para estudantes de comunicação*. 2º ed. Lisboa: Causa das Regras.

Rocha, C., 2009. *Bibliotecas digitais: características essenciais*. [Online] Available at: <http://planeamentobibliotecasdigitais.blogspot.com/2009/11/bibliotecas-digitais-caracteristicas.html>

[Acedido em 16 Setembro 2018].

Rocha, E. S., Silva, M. R. & Maia, M. B., 2012. *ESTRATÉGIA DE MARKETING EM UNIDADES DE INFORMAÇÃO: O USO DE FERRAMENTAS DA WEB 2.0*, Florianópolis: Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina.

Rodrigues, M. B., s.d. *Acessibilidade e Usabilidade na Web*. [Online] Available at: <http://www.ebah.pt/content/ABAAAAVcQAD/acessibilidade-usabilidade->

na-web

[Acedido em 16 Setembro 2018].

Rublescki, A., 2009. *Webmarketing e cibercliente: o Marketing em tempos.*

[Online]

Available at: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rublescki-anelise-webmarketing-cibercliente.pdf>

[Acedido em 18 Novembro 2017].

Sá, M. I. d. F. & Souza, R. F., 2014. *Bibliotecas Digitais: um estudo sobre o atendimento da diversidade das necessidades do usuário*, Rio de Janeiro, Brasil: s.n.

Schneider, G., 2011. *Electronic Commerce*. 9º ed. Boston: Cengage Learning.

Scott, D. M., 2007. *As novas regras de marketing e relações públicas*. Porto: Porto Editora.

Seara - Agência Digital, C. W., s.d. *Arquitetura de Informação: o que é, e para que serve?* [Online]

Available at: <https://m.seara.com/pt/servicos/consultoria-web/arquitetura-de-informacao/>

[Acedido em 1 Março 2018].

Sena, J., 2009. *The Impact of Web 2.0 on Technology*, San Luis Obispo: IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security.

Silva, J. G. & Melo, A. M., 2014. *BIBLIOTECA DIGITAL ONLINE ACESSÍVEL: UMA PROPOSTA PARA O ENSINO SUPERIOR INCLUSIVO*, Brasil: Revista Gestão & Conexões.

Silva, A. M., 2017. *O acesso à informação através da WWW: O caso dos arquivos municipais portugueses.* [Online]

Available at: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/41845/1/351s%20da%20WWW%20o%20caso%20dos%20arquivos%20m%29.pdf>

[Acedido em 2 Setembro 2018].

Soares, B. et al., 2009. *Da Web 2.0 à Universidade 2.0 - Uma perspetiva de gestão*. [Online]
Available at: <http://pentaho.lettras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/2061/1897>
[Acedido em 26 Agosto 2018].

Swift, R., s.d. Executive Response: CRM Is Changing Our Eras, the Information We require and Our Processes. *MIS Quarterly Executive*, pp. pp95-96.

T., 2016. *ENTENDA A IMPORTÂNCIA DO CONTEÚDO PARA O SEU WEBSITE*. [Online]
Available at: <http://portal.teraware.com.br/entenda-a-importancia-do-conteudo-para-seu-website/>
[Acedido em 16 Setembro 2018].

Teotônio, M. K., 2011. *Bibliotecário 2.0: novos desafios na era da sociedade em rede*. [Online]
Available at: <http://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/6160/5430>
[Acedido em 3 Setembro 2018].

U., 1949. *La Manifiesto de la UNESCO sobre la Biblioteca Pública, 1949*, s.l.: s.n.

União Europeia, J. O., 2016. *Regulamento Geral da Proteção dos Dados - Legislação*. [Online]
Available at: <https://protecao-dados.pt/wp-content/uploads/2017/07/Regulamento-Geral-Prote%C3%A7%C3%A3o-Dados.pdf>
[Acedido em 10 Julho 2018].

Vieites, Á. & Espiñeira, M., 2008. *Marketing na internet e nos meios digitais interativos*, Porto: Vida Económica – Editorial SA.

Waynext, 2016. *Métricas para websites - O guia essencial*. [Online] Available at: <https://www.waynext.com/waytrends/metricas-websites-guia-essencial/> [Acedido em 20 Maio 2018].

Weinberger, D., 2007. *Everything is Miscellaneous: the power of digital disorder*. New York: Holt Paperbacks.

WIKIVERSIDADE, 2018. *O que é uma Wiki?*. [Online] Available at: [https://pt.wikiversity.org/wiki/Ajuda:O que %C3%A9 uma Wiki%3F](https://pt.wikiversity.org/wiki/Ajuda:O_que_%C3%A9_uma_Wiki%3F) [Acedido em 11 Setembro 2018].

Zenone, L. C., 2007. *Gestão do Relacionamento com o Cliente e a Competitividade Empresarial*. [Online] Available at: https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=I0DdXsZ3U0wC&oi=fnd&pg=PA9&dq=conceito+customer+relationship+management&ots=6qYtLDot6N&sig=9Ago5bmbcY2TI80UaYo496s9BVk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true [Acedido em 6 Janeiro 2018].

Anexos

Anexo 1 - Questionário

1. Frequenta a Biblioteca Municipal do Barreiro?

- 1) Sim.
- 2) Não. Agradecemos a sua colaboração. A sua resposta foi registada com sucesso.

2. Com que frequência utiliza a Biblioteca Municipal do Barreiro?

- 1) Nunca
- 2) Raramente
- 3) Alguma frequência
- 4) Frequentemente
- 5) Muito frequentemente

3. Para que propósito utiliza a Biblioteca e os seus serviços?

(pode escolher mais do que uma opção)

- 1) Espaço internet
- 2) Setor multimédia
- 3) Auditório principal
- 4) Reprografia
- 5) Leitura e animação infantil e juvenil
- 6) Leitura de periódicos
- 7) Sala de multiusos/sala de exposições
- 8) Leitura geral (seção de adultos)
- 9) Outro

4. Para cada uma das seguintes afirmações, respeitantes à Biblioteca Municipal do Barreiro, avalie numa escala de 1 a 5, em que 1 equivale a “Discordo Totalmente” e 5 “Concordo Totalmente” de forma espontânea a sua concordância. Caso não saiba o que responder em alguma afirmação, pode assinalar “Não sei” (NS).

A biblioteca tem tudo o que preciso enquanto estudante					
A biblioteca tem tudo o que preciso enquanto utente					
A biblioteca tem todos os livros de que necessito					
O processo de requisição de livros na biblioteca é rápido e simples					
É fácil alargar o período de requisição do livro (adiamento da data de entrega de livros requisitado)					
A biblioteca é apelativa para os jovens (ex. espaço, ambiente)					
A biblioteca tem um bom serviço de atendimento parte dos funcionários					

5. Considera que faz falta à Biblioteca Municipal do Barreiro um *website*?

- 1) Sim.
- 2) Não. Agradecemos a sua colaboração. A sua resposta foi registada com sucesso.

6. Para cada uma das seguintes afirmações, referente a *websites* de bibliotecas, indique o seu grau de concordância em relação às seguintes observações numa escala de 5 pontos, variável entre o “Discordo totalmente” (1) e o “Concordo totalmente” (5).

Um <i>website</i> permite utilizar os serviços da biblioteca 24h durante 7 dias (24/7)					
Um <i>website</i> torna a imagem da biblioteca mais apelativa					
Um <i>website</i> melhora o serviço prestado ao cliente da biblioteca					
Um <i>website</i> disponibiliza mais informação ao utilizador da biblioteca					

7. Para cada uma das seguintes afirmações, respeitantes a *websites* de biblioteca, indique o grau de relevância para si, enquanto utilizador, numa escala de 5 pontos, variável entre o “Nada” (1) e o “Muito” (5).

Possibilidade de consultar e/ou requisitar os livros online					
Ter uma área privada onde posso fazer a gestão dos meus livros requisitados, ver os documentos guardados e ver os alertas da biblioteca					
Possibilidade de pesquisar através de motor busca (ex. pesquisar livros por auto)					
Ter os contactos da biblioteca no mapa Google (ex. obter direcções)					
Possibilidade de ter o <i>website</i> em outras línguas					
Organização da informação de forma a facilitar a procura					
Fácil de utilizar/navegação intuitiva					
Ter um chatbot que permita dialogar e obter apoio virtualmente					
Receber <i>newsletters</i> da biblioteca (ex. notícias, novidades)					
Ter um repositório com trabalhos; documentos académicos					
Ter uma página de facebook associada					
Possibilidade de deixar testemunhos (ex. sobre livros)					
Ter uma lista de sugestões similares à minha procura (ex. livros do mesmo autor)					
Outro	Respost a aberta				

8. Para cada uma das seguintes afirmações, respeitante à possibilidade de ter uma área de cliente no *website* para a Biblioteca Municipal do Barreiro,

indique o grau de relevância para si enquanto utilizador, numa escala de 5 pontos, variável entre o “Nada” (1) e o “Muito” (5).

Gerir e alterar os meus dados de cliente					
Caixa de mensagens com as mensagens em aberto e arquivadas					
Consultar as minhas requisições					
Requisitar livros					
Gerir as datas das minhas requisições					
Receber os alertas da biblioteca					
Criar uma lista de favoritos					
Ter acesso às minhas últimas atividades no website					
Possibilidade de enviar um email diretamente da minha área de cliente					
Outro	Respost a aberta				

9. Género

- 1) Masculino
- 2) Feminino

10. Idade

- 1) Até 18 anos
- 2) Entre 19 a 24 anos
- 3) Entre 25 a 44 anos
- 4) Entre 45 a 60 anos
- 5) Mais de 60 anos

11. Concelho de Residência (campo aberto)

12. Habilitações literárias

- 1) Mestrado ou Doutoramento
- 2) Pós-graduação
- 3) Licenciatura
- 4) Curso médio, frequência universitária ou Bacharelato
- 5) Curso profissional

13. Situação profissional atual

- 1) Estudante
- 2) Trabalhador por conta de outrem
- 3) Trabalhador por conta própria
- 4) Reformado
- 5) Desempregado
- 6) Outra (resposta aberta)

14. Rendimento Líquido Mensal

- 1) <500€
- 2) Entre 501€ a 1.000€
- 3) Entre 1.001€ - 2.000€
- 4) Entre 2.001€ - 3.000€
- 5) Entre 3.001€ - 4.000€
- 6) > 4.000€

Anexo 2 – Layouts do website

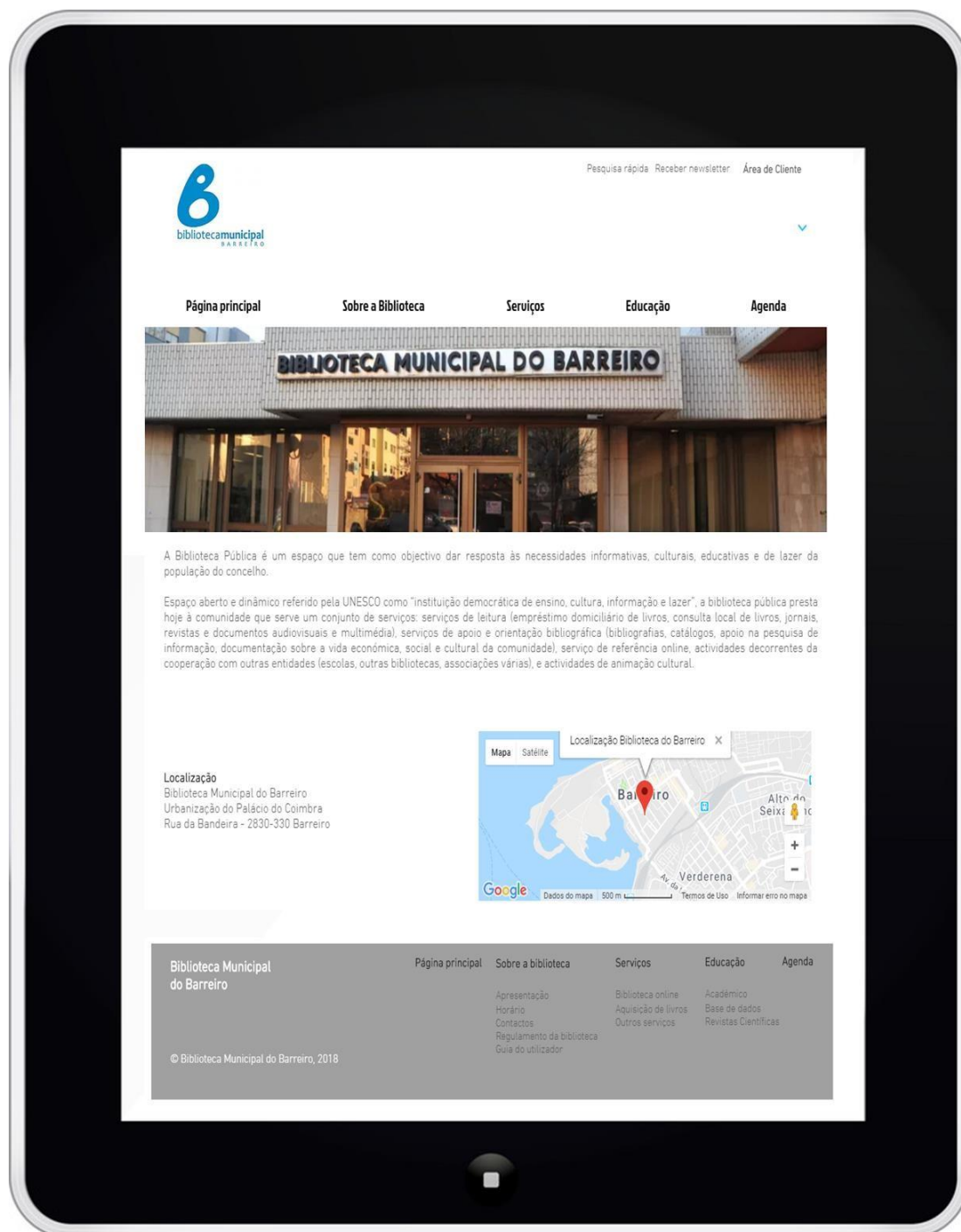


Ilustração 6 - Sub-menu Apresentação

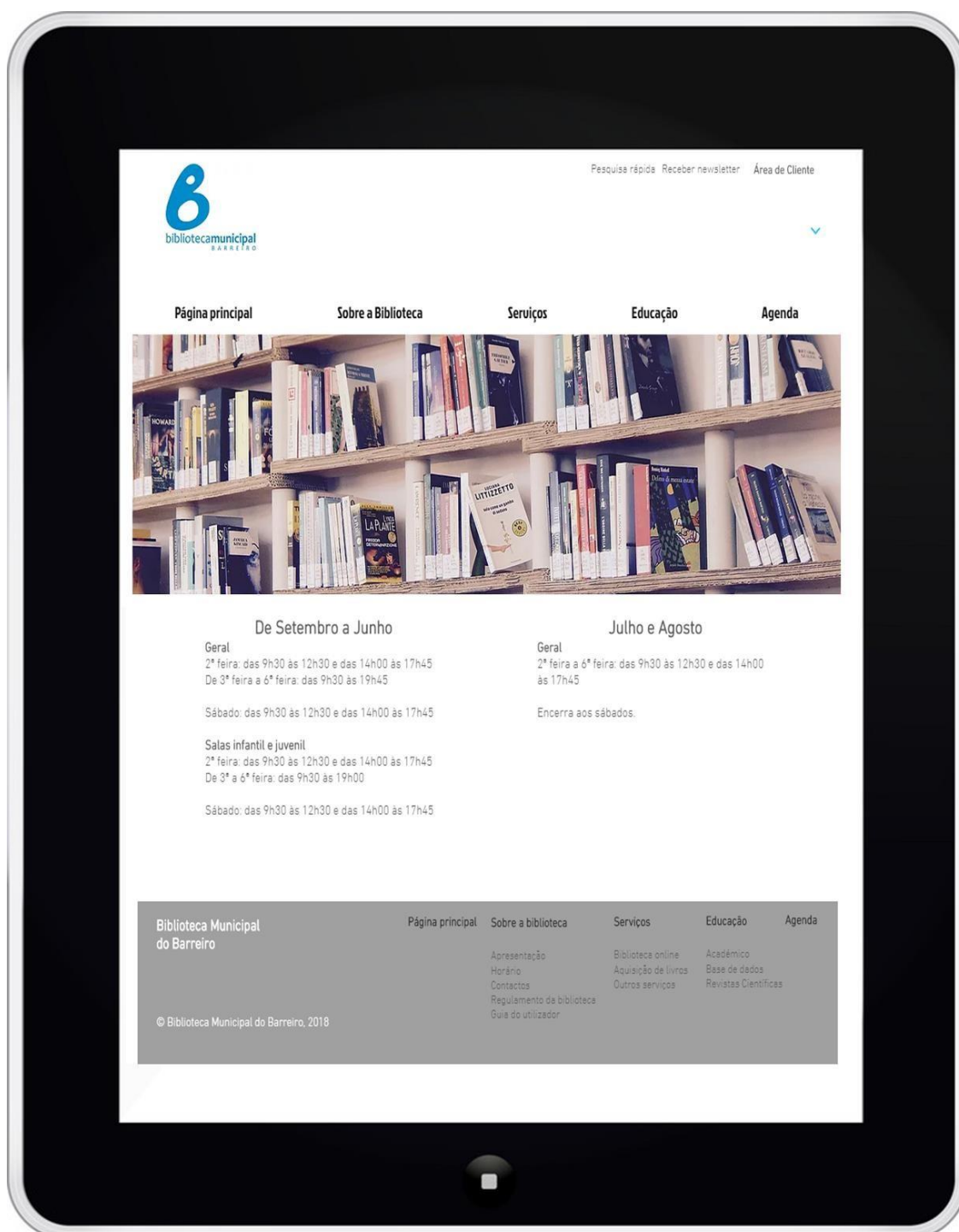


Ilustração 7 - Sub-menu Horário



Ilustração 8 - Sub-menu Contactos

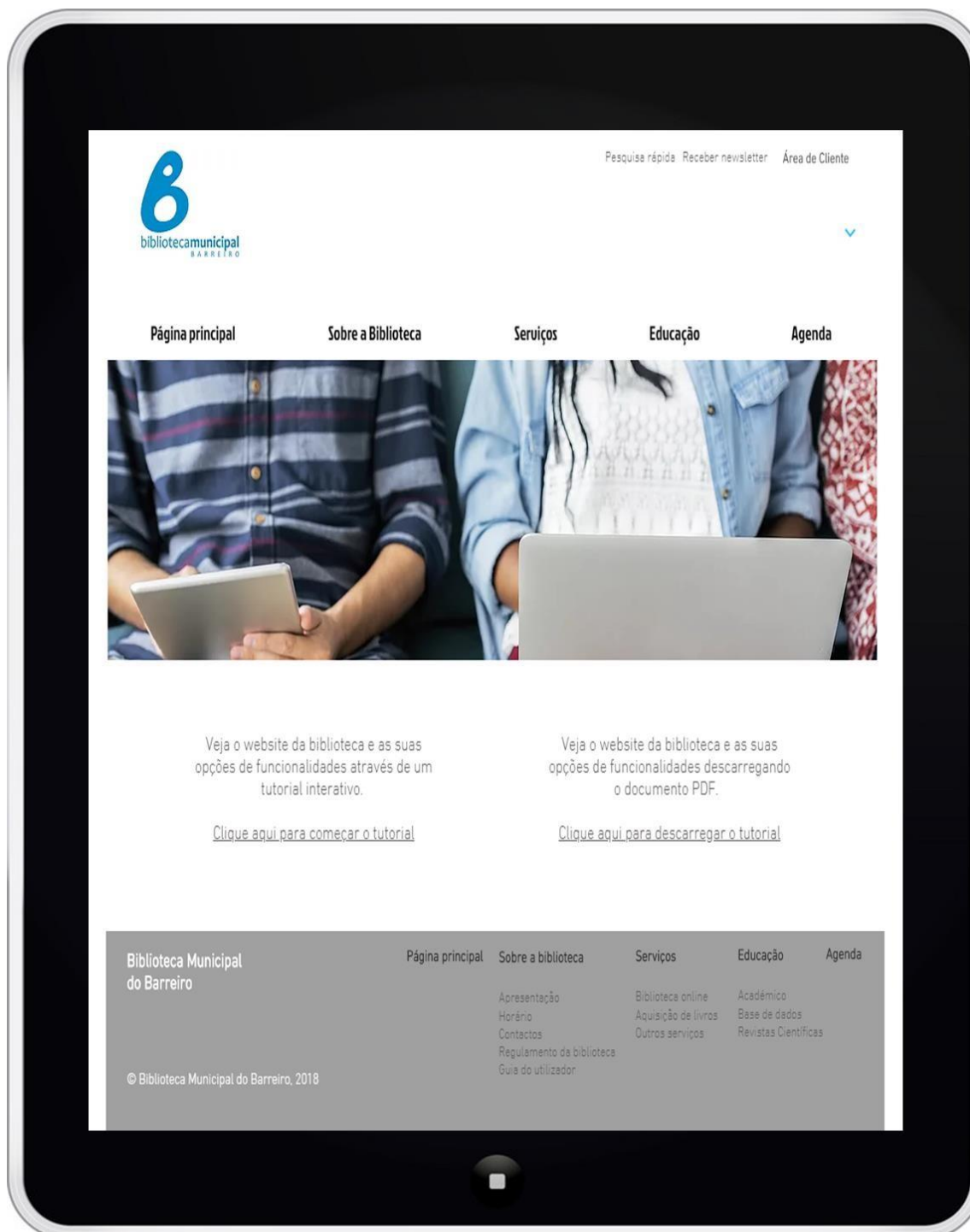


Ilustração 9 - Sub-menu Guia do Utilizador

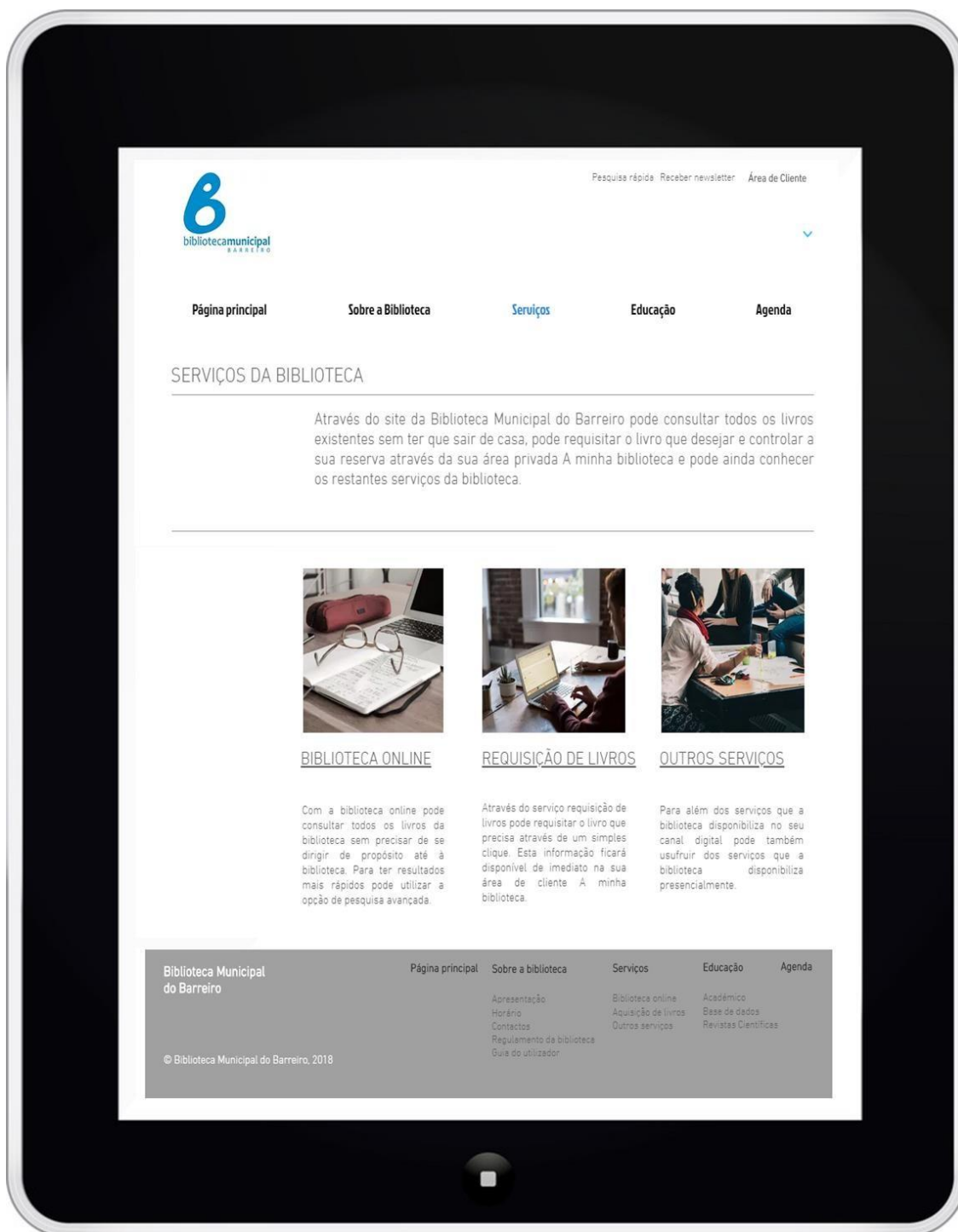


Ilustração 10 - Menu Serviços

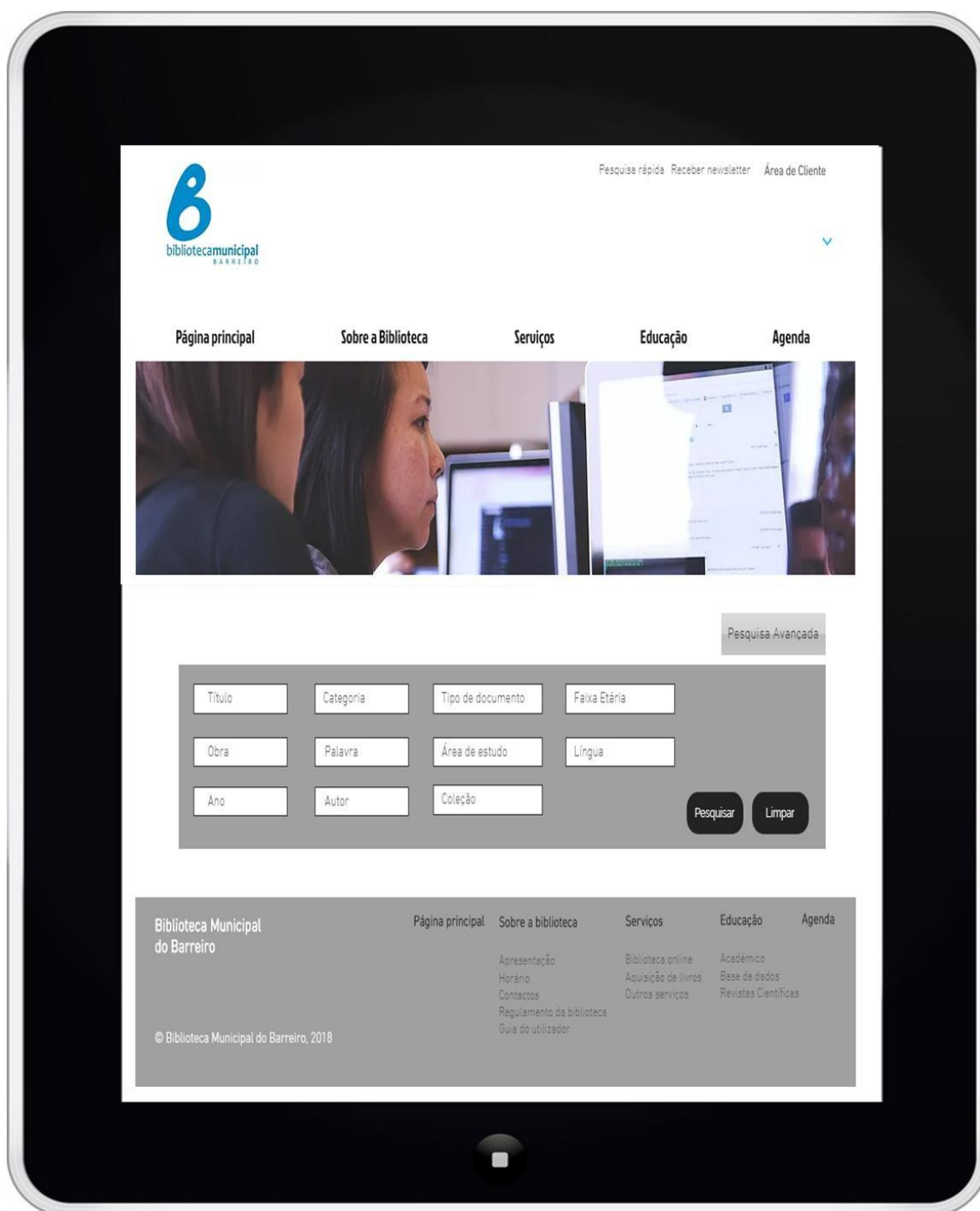


Ilustração 11 - Sub-menu Biblioteca Online

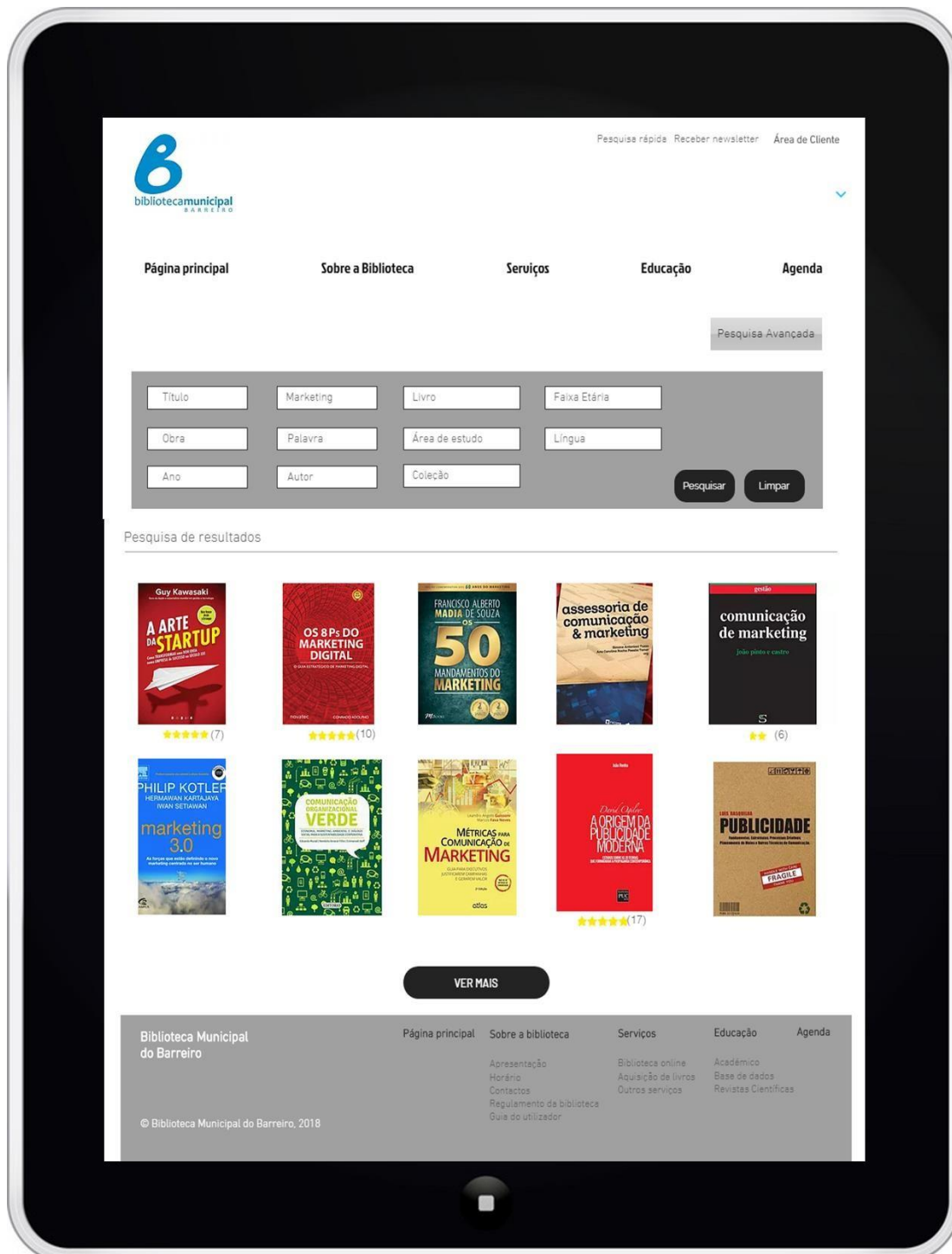


Ilustração 12 - Pesquisa de resultados

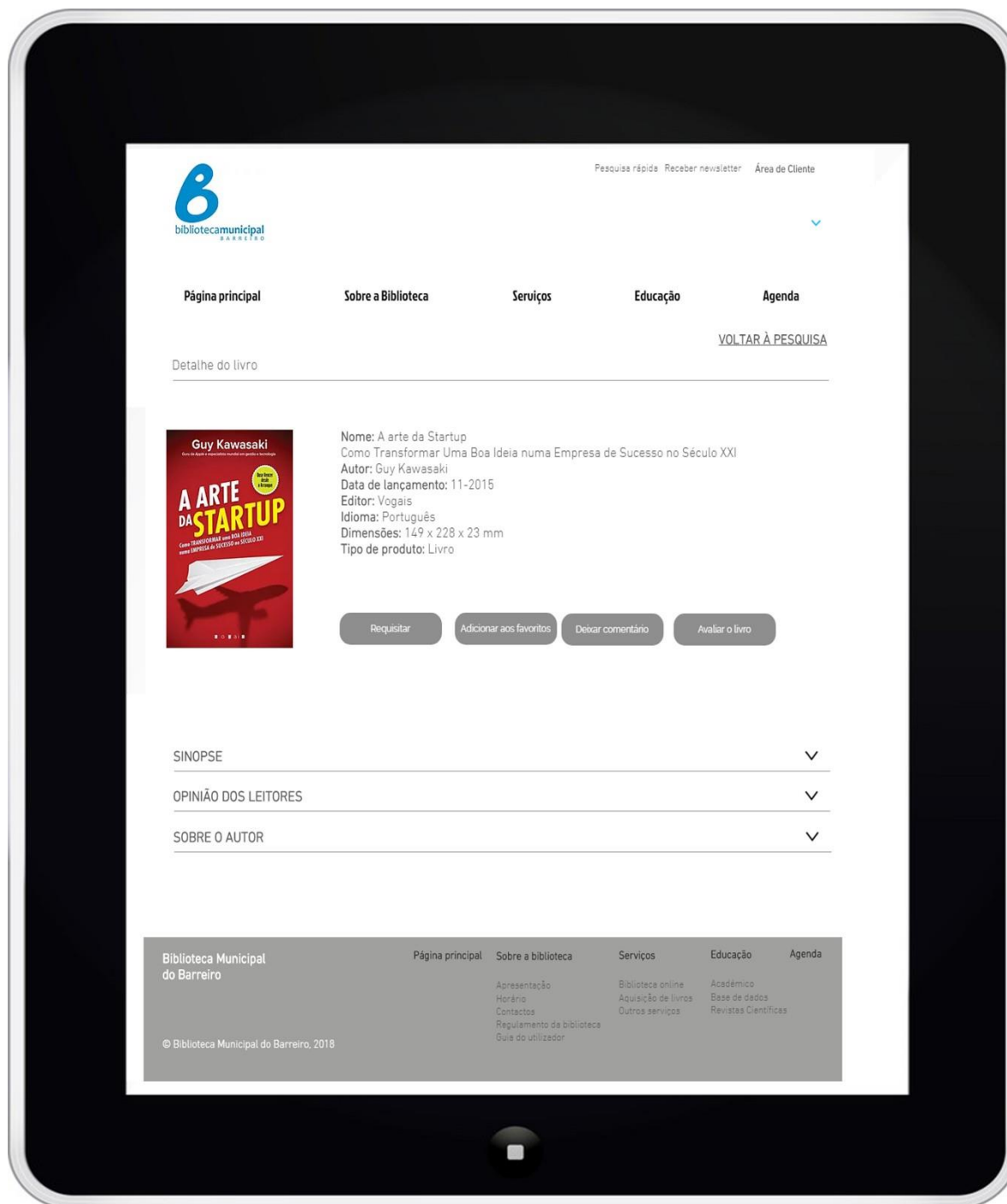
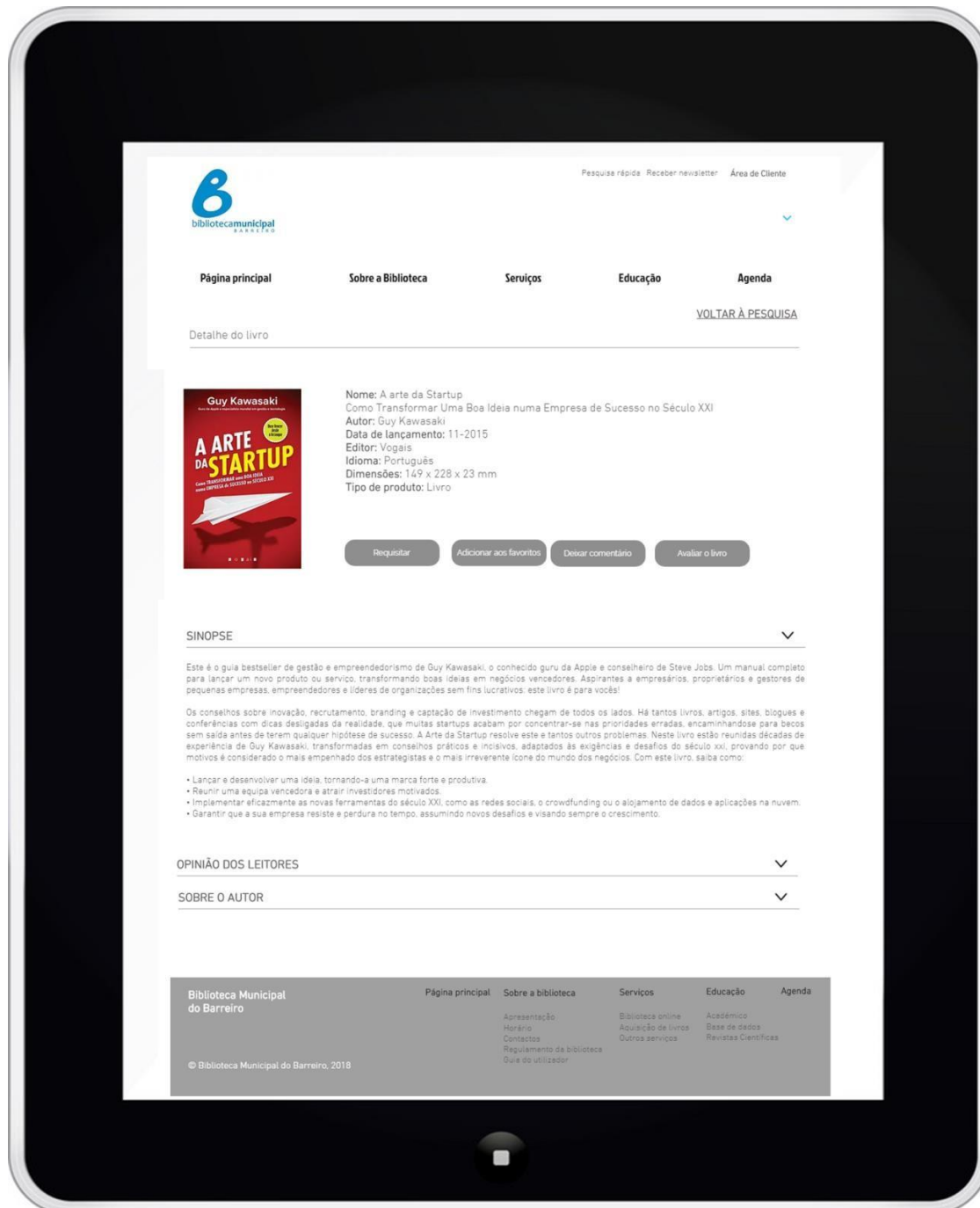


Ilustração 13 - Detalhe do livro



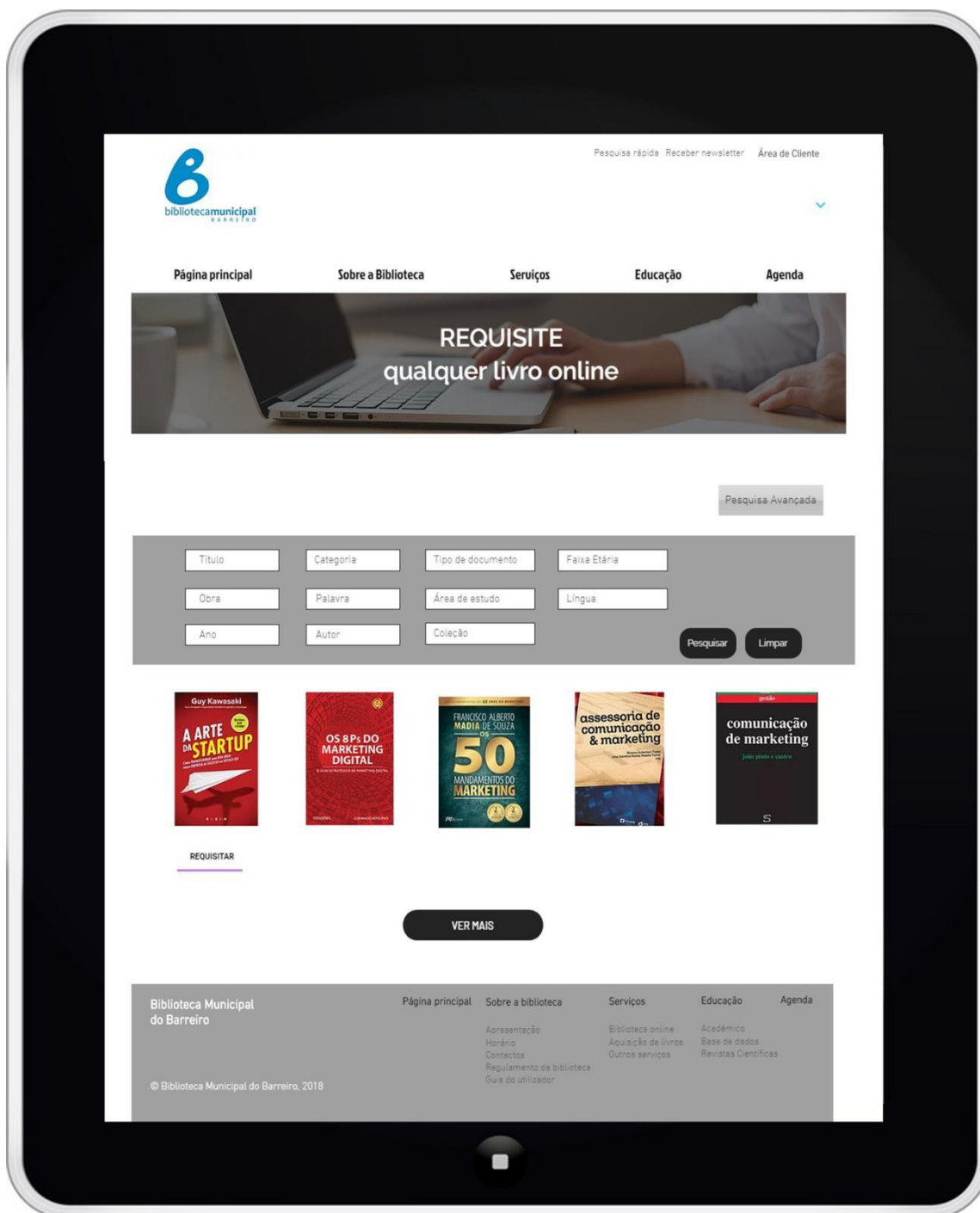


Ilustração 14- Menu Requisar Online

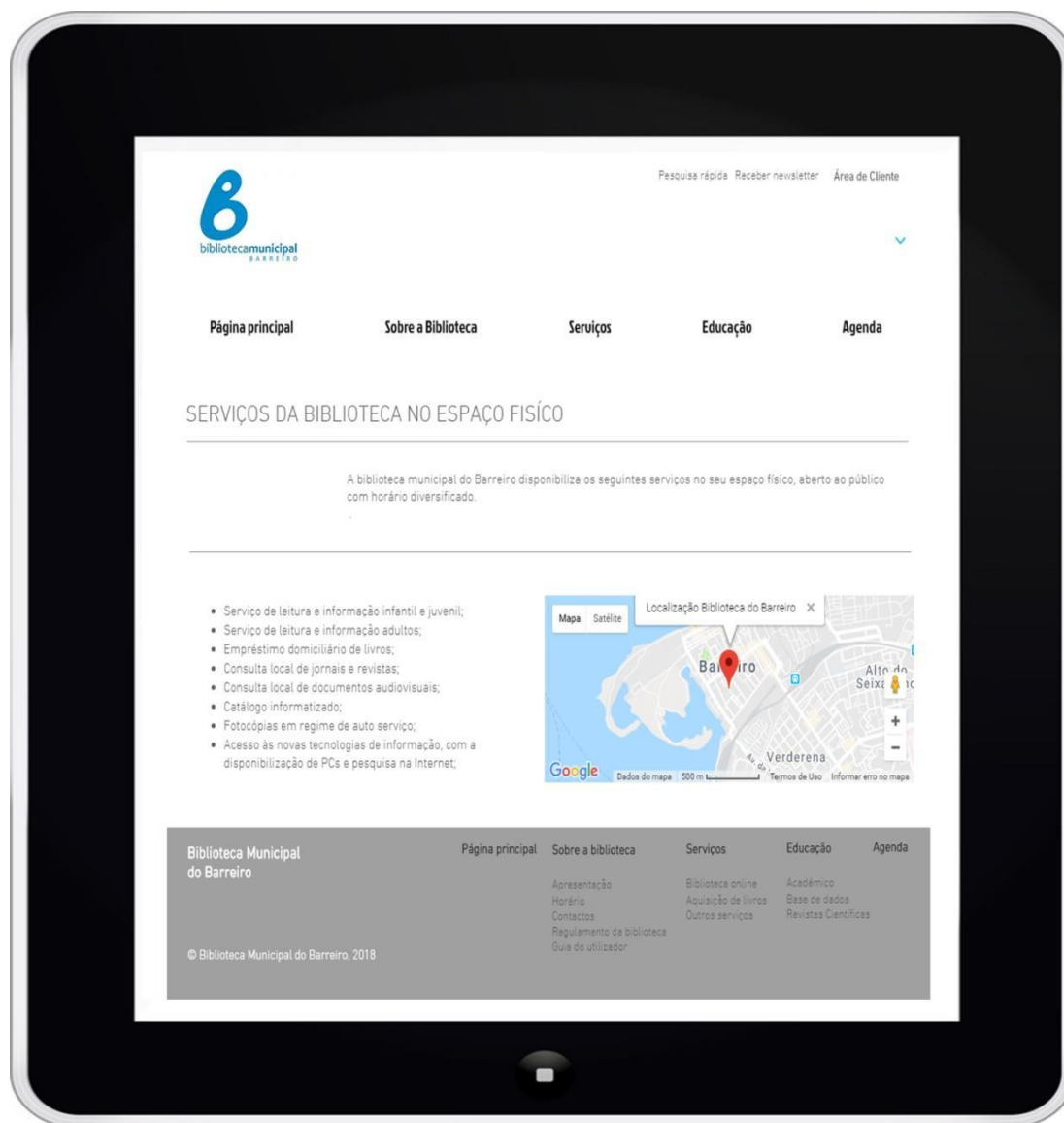


Ilustração 15 - Menu Outros Serviços

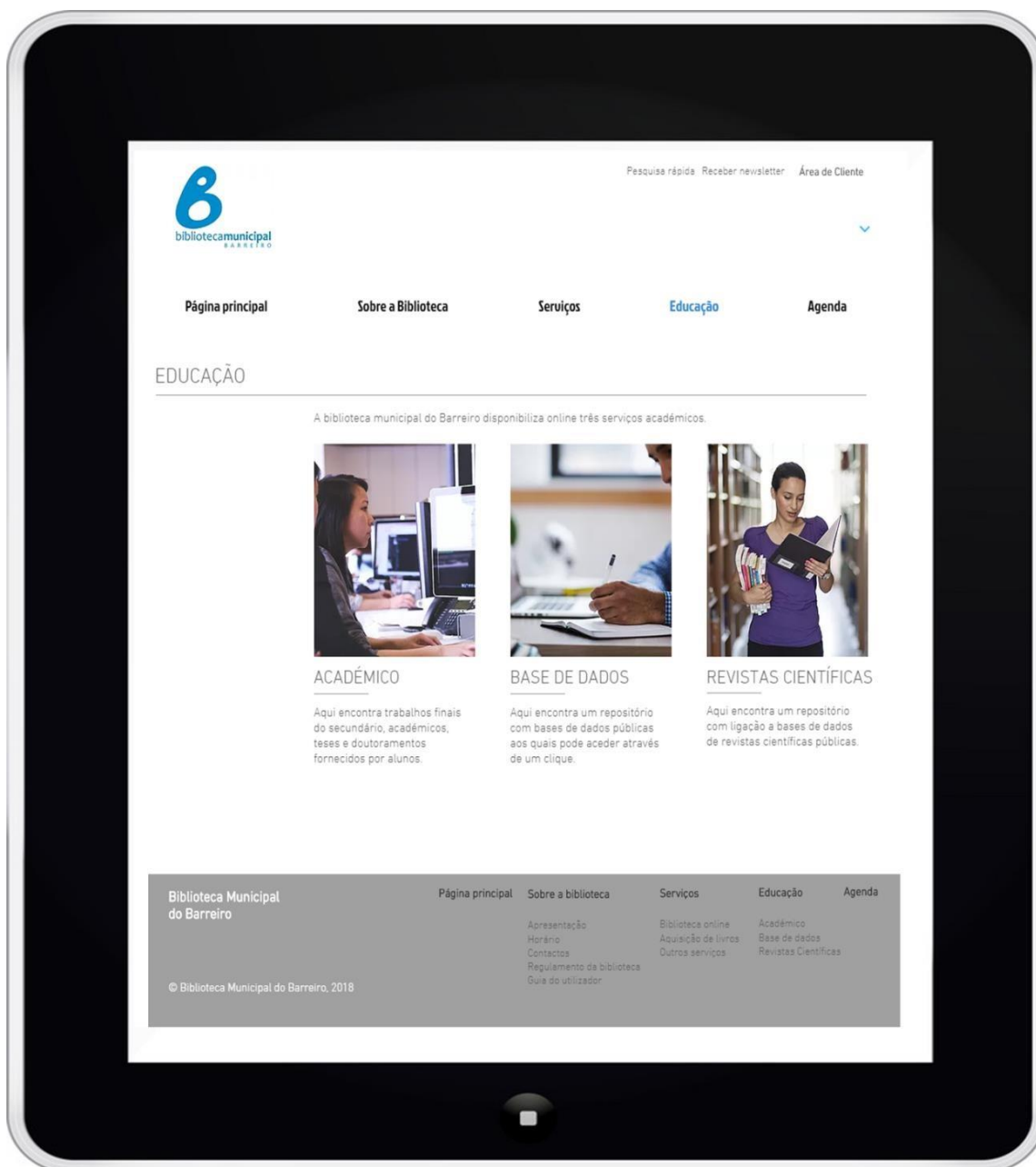
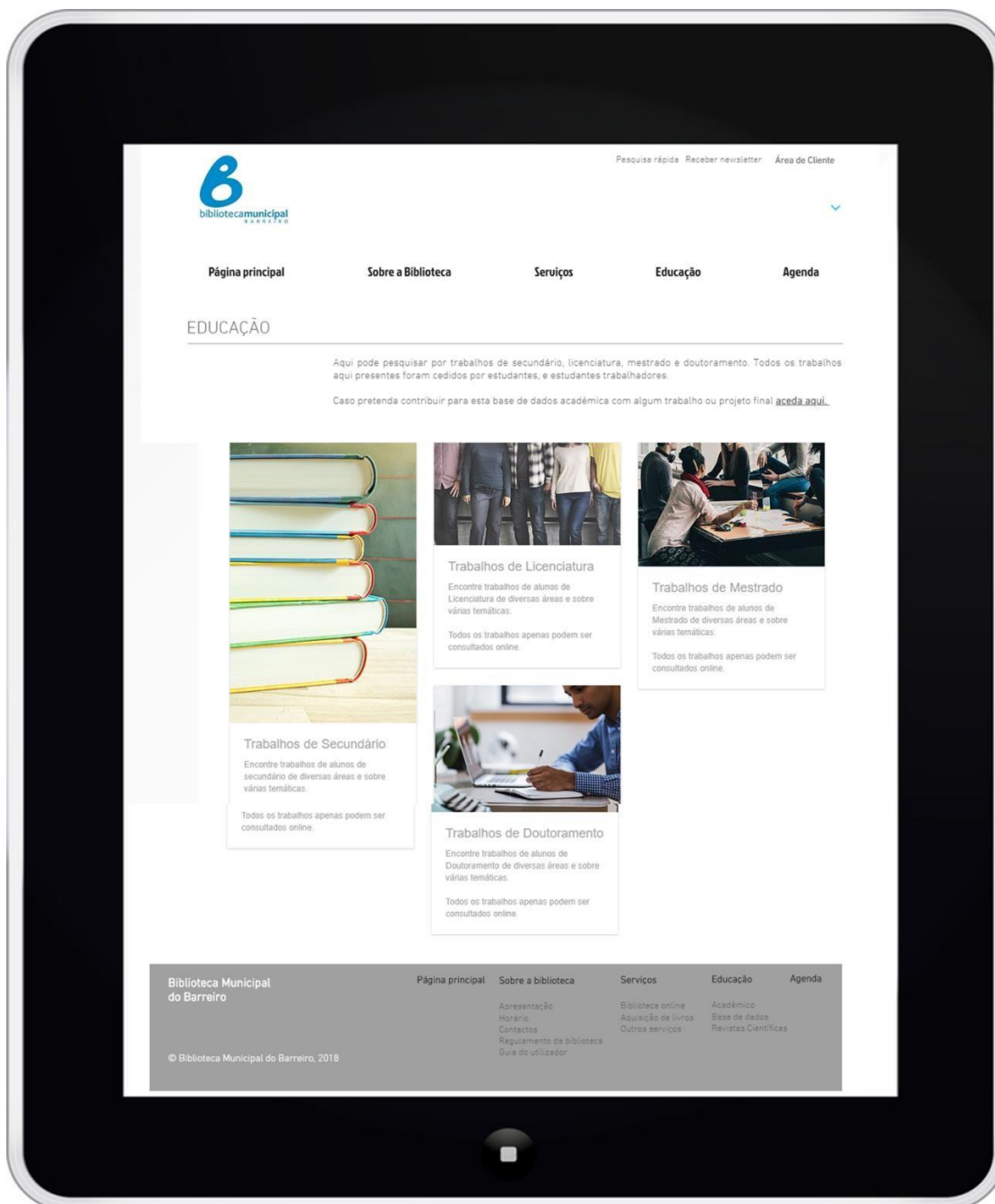


Ilustração 16 - Menu Educação



Pesquisa rápida Receber newsletter Área de Cliente

Página principal

Sobre a Biblioteca

Serviços

Educação

Agenda

EDUCAÇÃO

Aqui pode pesquisar por trabalhos de secundário, licenciatura, mestrado e doutoramento. Todos os trabalhos aqui presentes foram cedidos por estudantes, e estudantes trabalhadores.

Caso pretenda contribuir para esta base de dados académica com algum trabalho ou projeto final [aceda aqui](#).



Trabalhos de Secundário

Encontre trabalhos de alunos de secundário de diversas áreas e sobre várias temáticas.

Todos os trabalhos apenas podem ser consultados online.



Trabalhos de Licenciatura

Encontre trabalhos de alunos de Licenciatura de diversas áreas e sobre várias temáticas.

Todos os trabalhos apenas podem ser consultados online.



Trabalhos de Mestrado

Encontre trabalhos de alunos de Mestrado de diversas áreas e sobre várias temáticas.

Todos os trabalhos apenas podem ser consultados online.



Trabalhos de Doutoramento

Encontre trabalhos de alunos de Doutoramento de diversas áreas e sobre várias temáticas.

Todos os trabalhos apenas podem ser consultados online.

Biblioteca Municipal
do Barreiro

Página principal

Sobre a biblioteca

Serviços

Educação

Agenda

Apresentação

Horário

Contactos

Regulamento da biblioteca

Guia do utilizador

Biblioteca online

Aquisição de livros

Outros serviços

Académico

Base de dados

Revistas Científicas

© Biblioteca Municipal do Barreiro, 2018

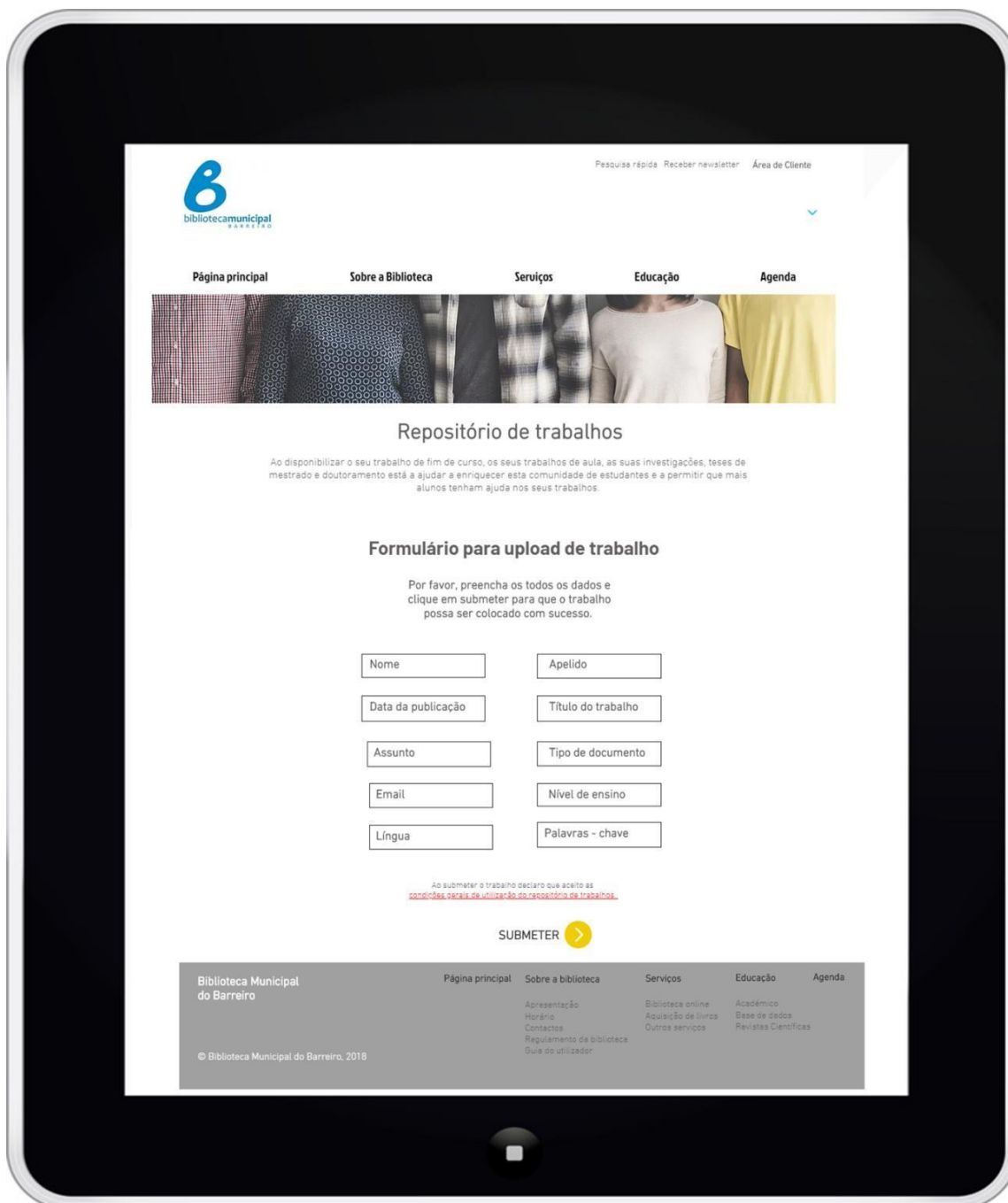


Ilustração 17 - Sub-Menu Repositorio Online

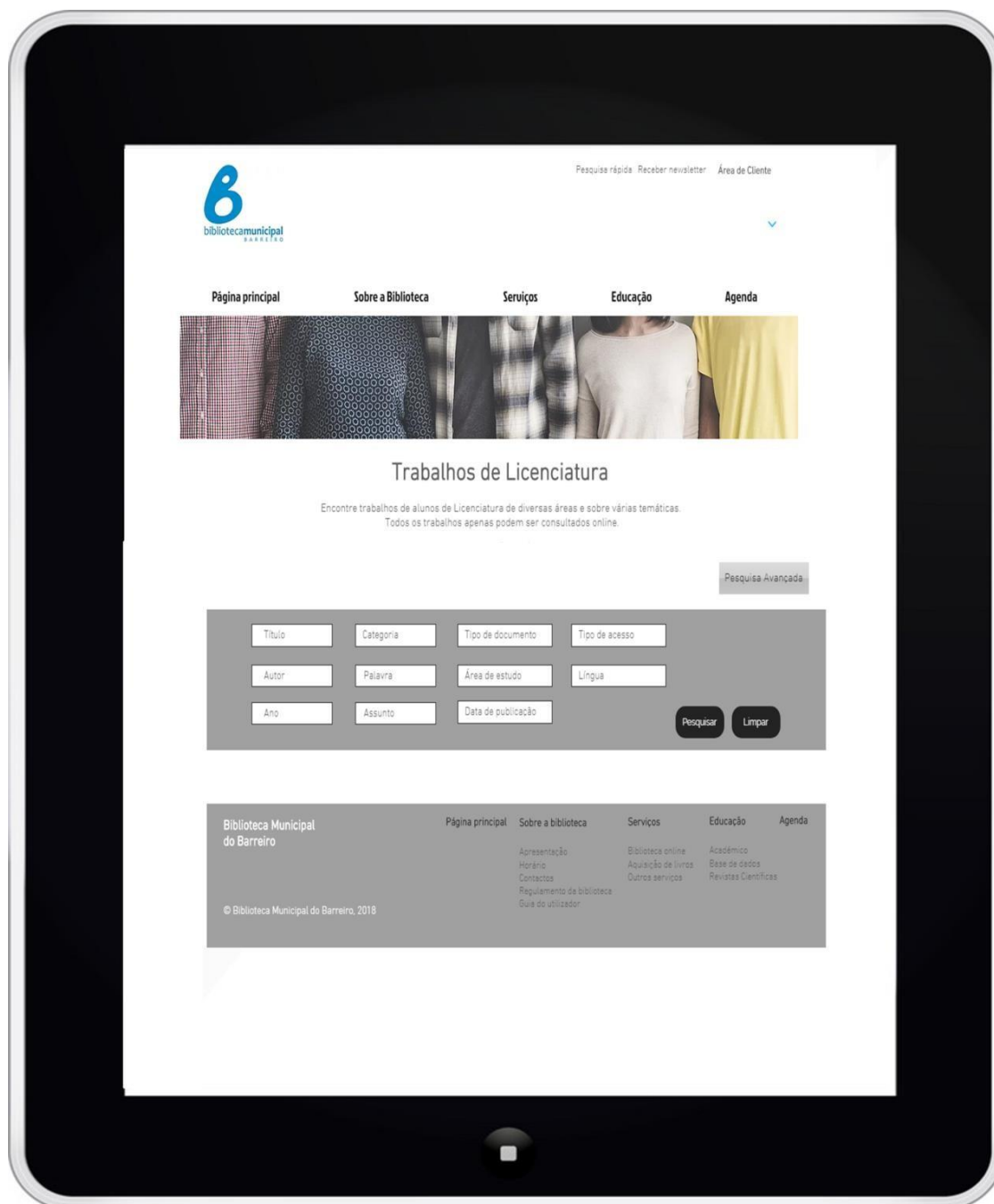


Ilustração 18 Sub Menu Académico

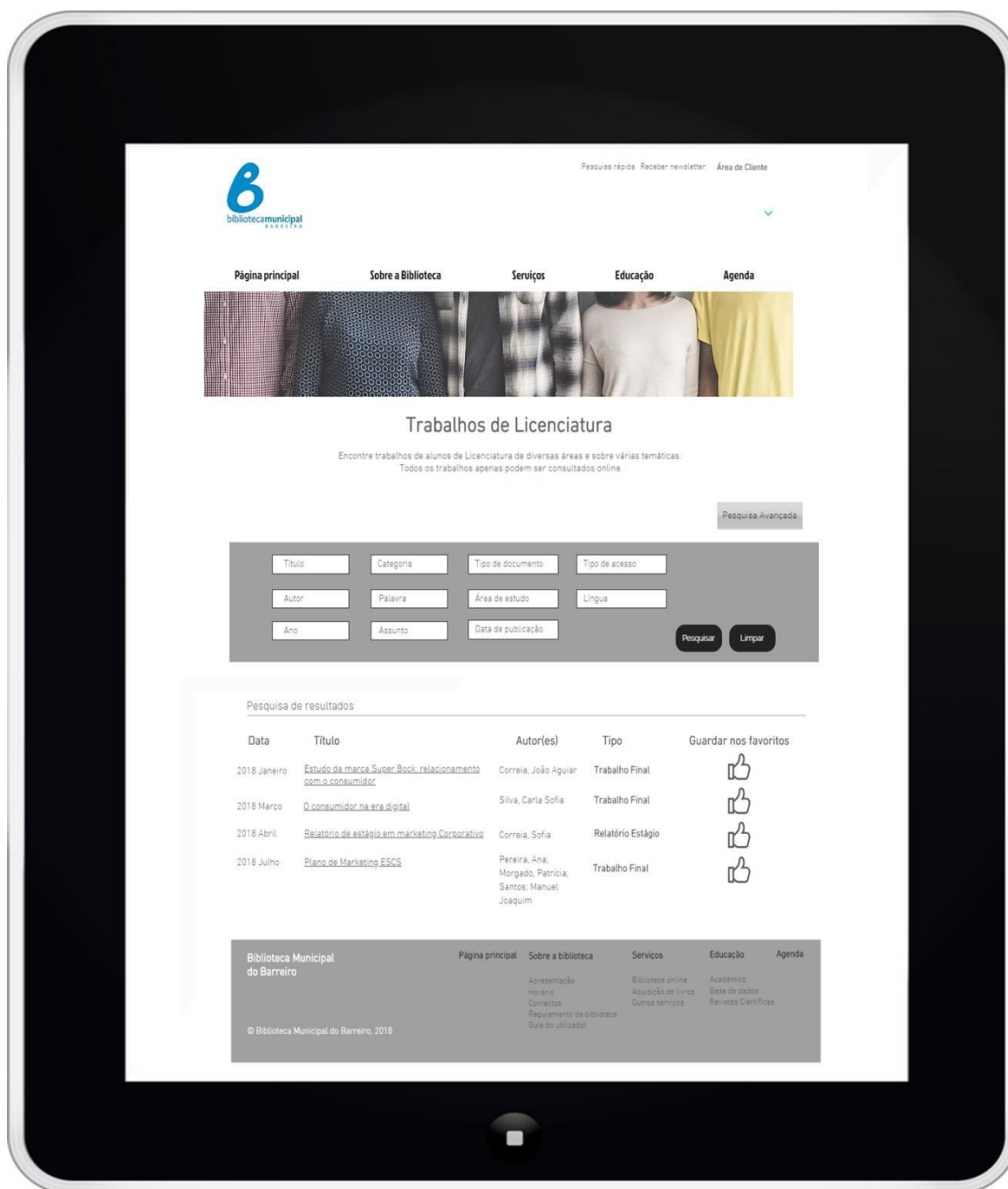


Ilustração 19 - Pesquisas de resultados de trabalhos académicos



Ilustração 20 - Menu Base de dados

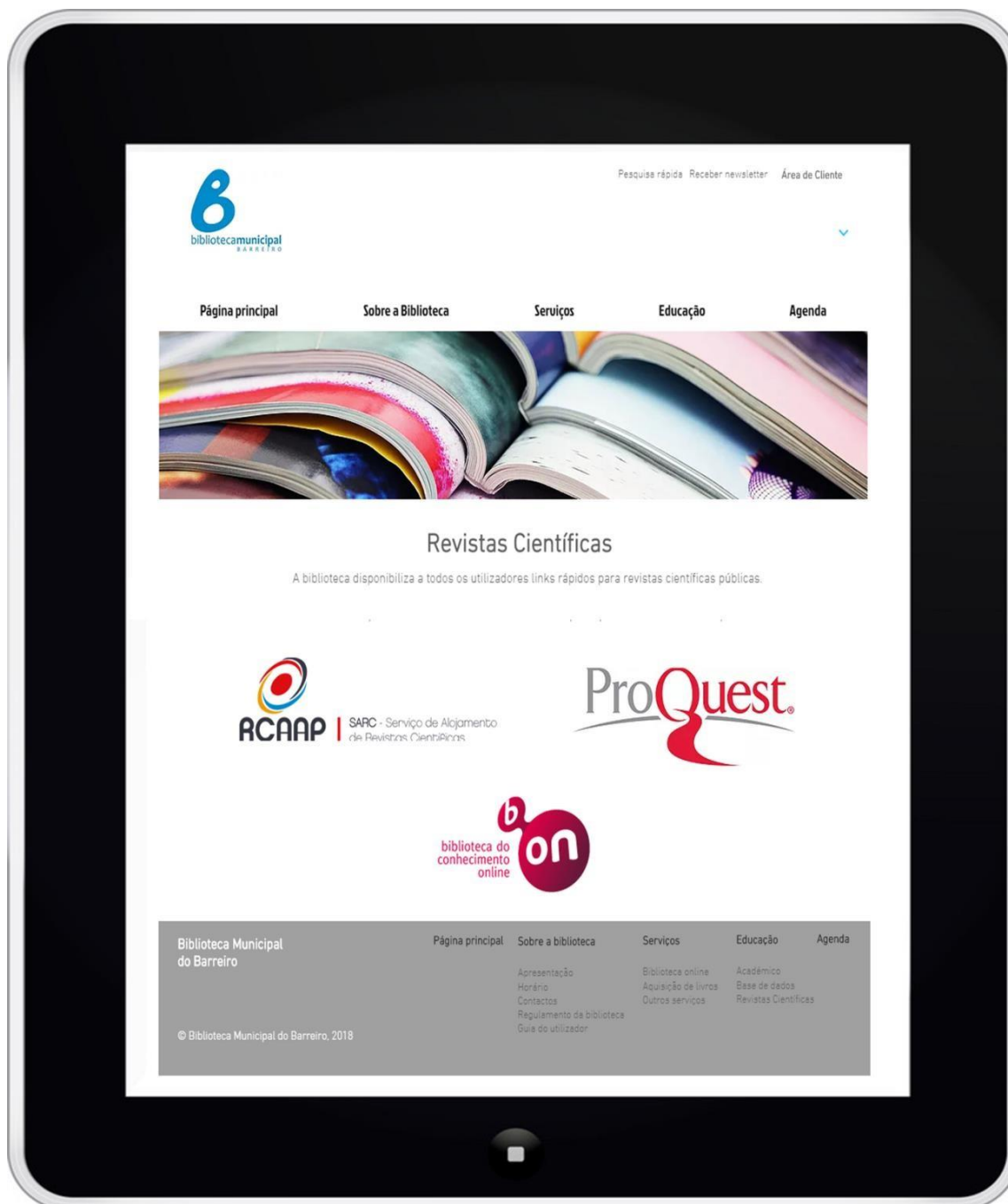


Ilustração 21 - Menu Revistas Científicas

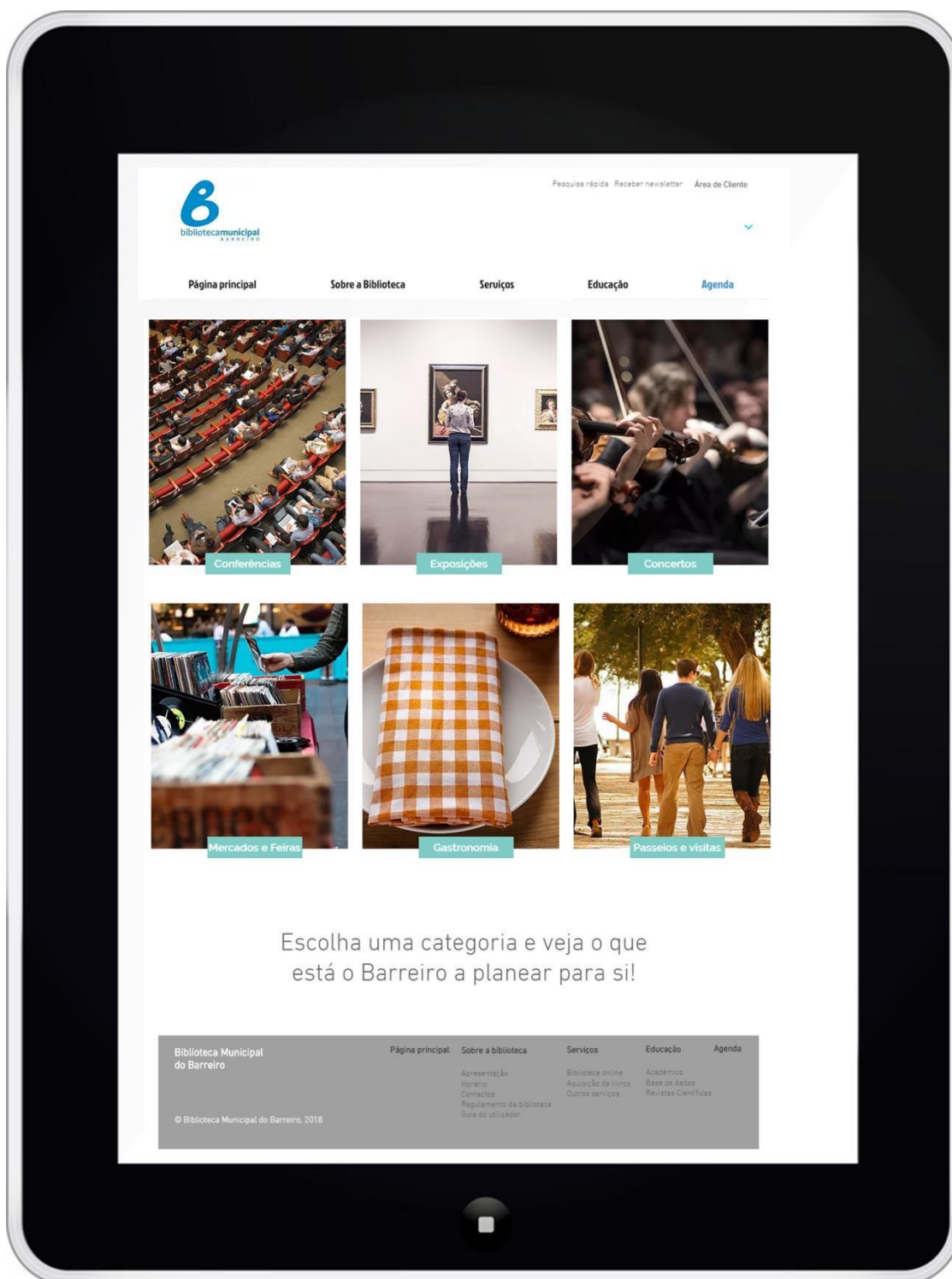
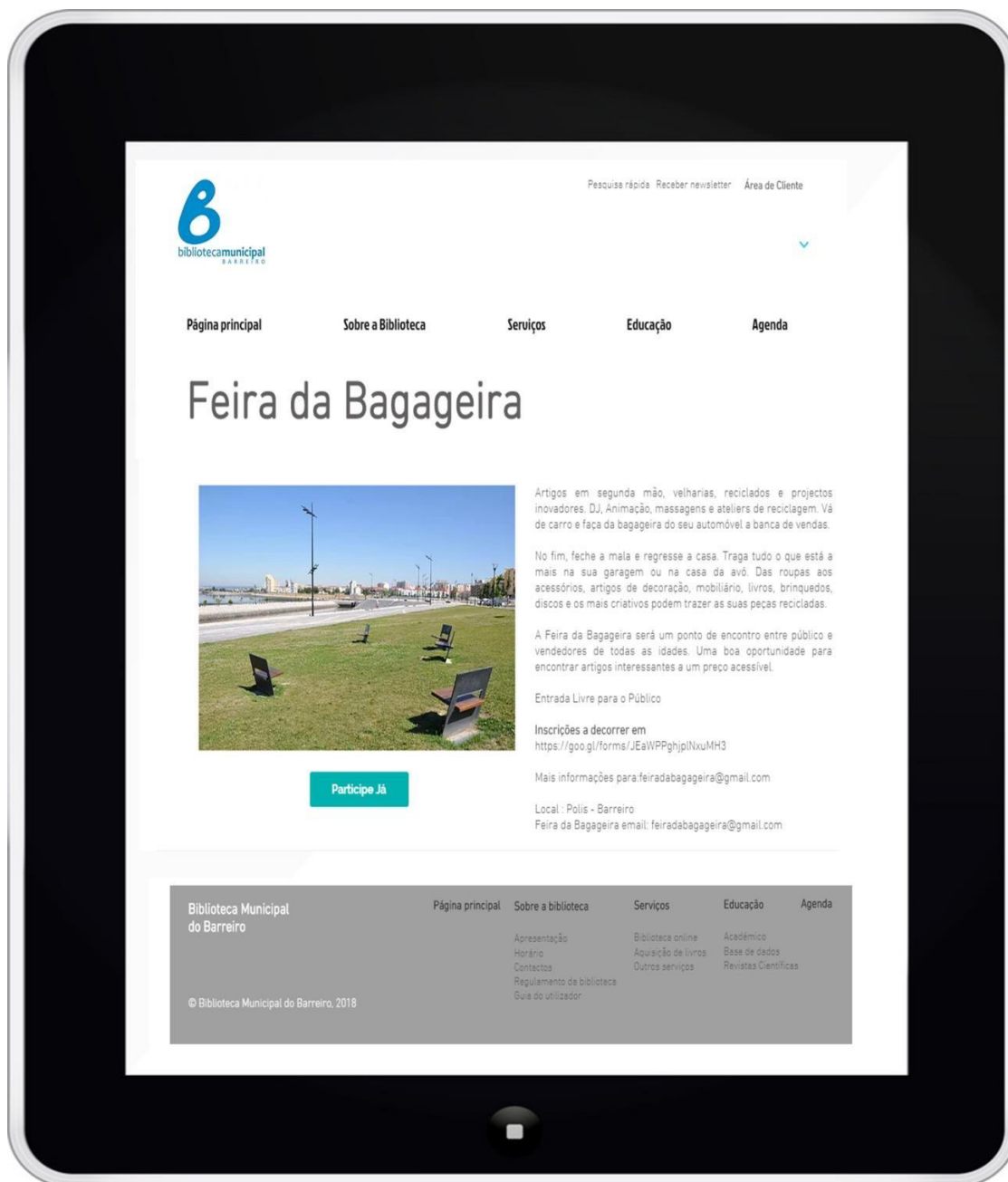


Ilustração 22 - Menu Agenda



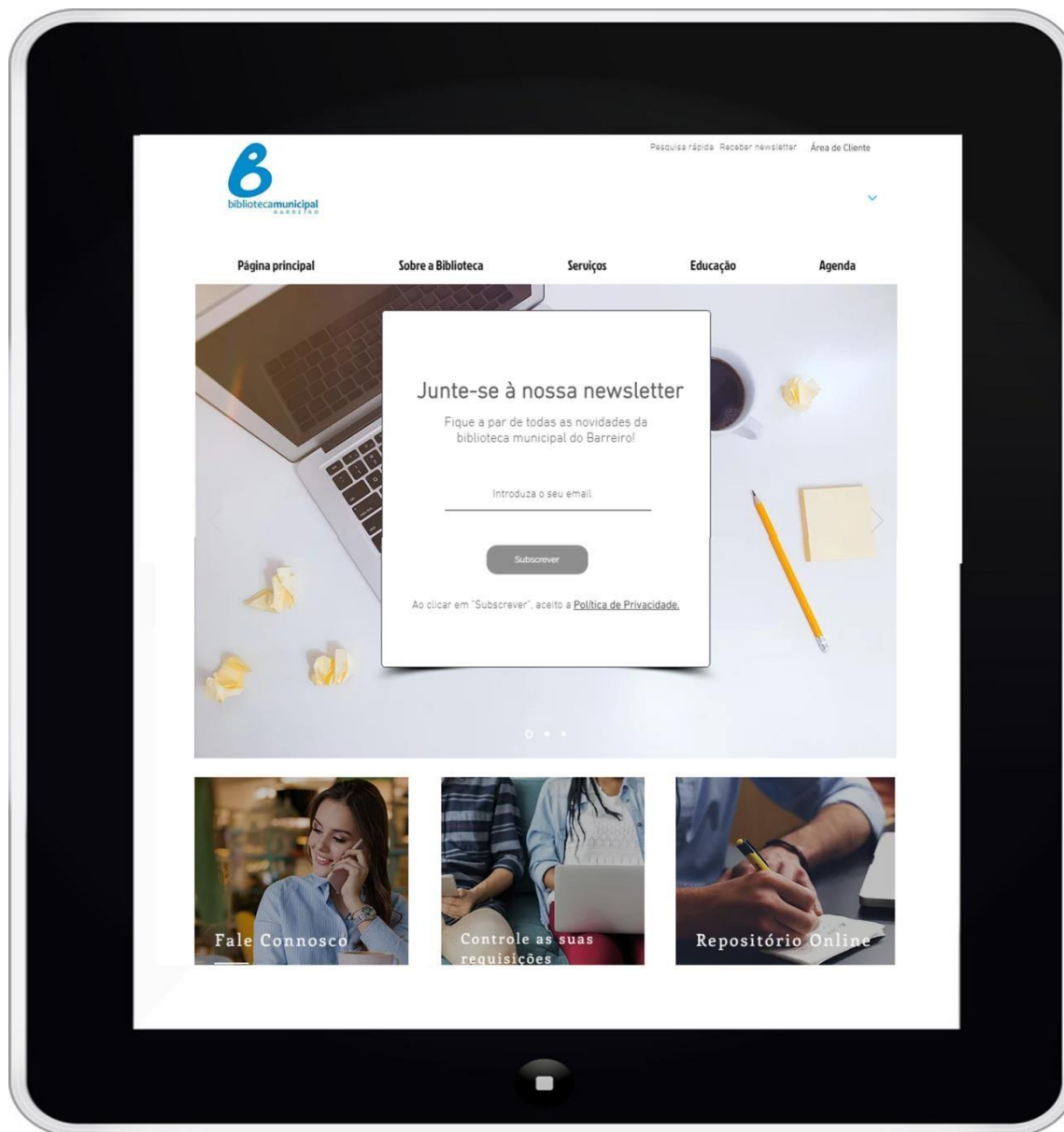


Ilustração 23 - Receber Newsletter



Ilustração 24 - Área de Cliente : Informação Pessoal

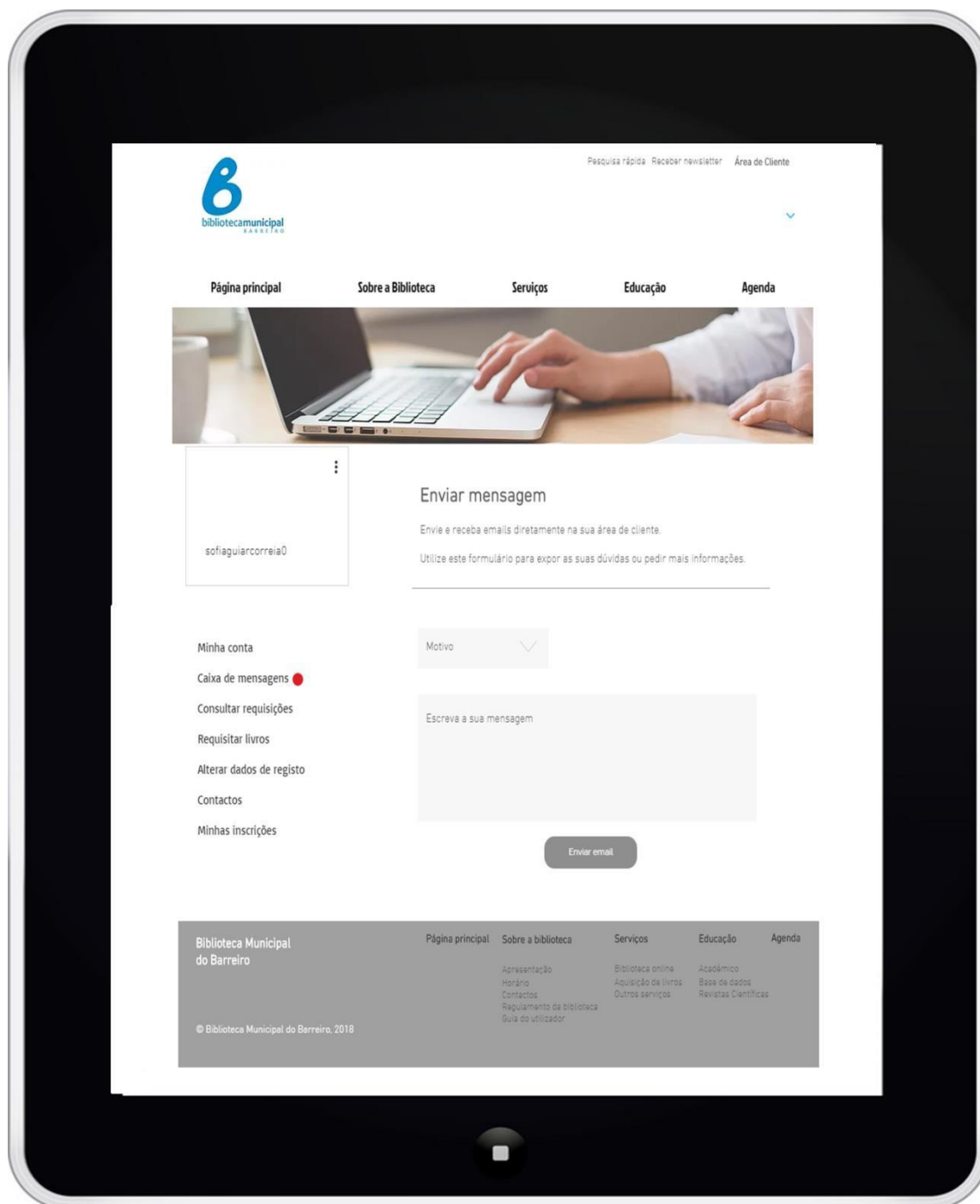


Ilustração 25 - Área de Cliente: Enviar mensagem

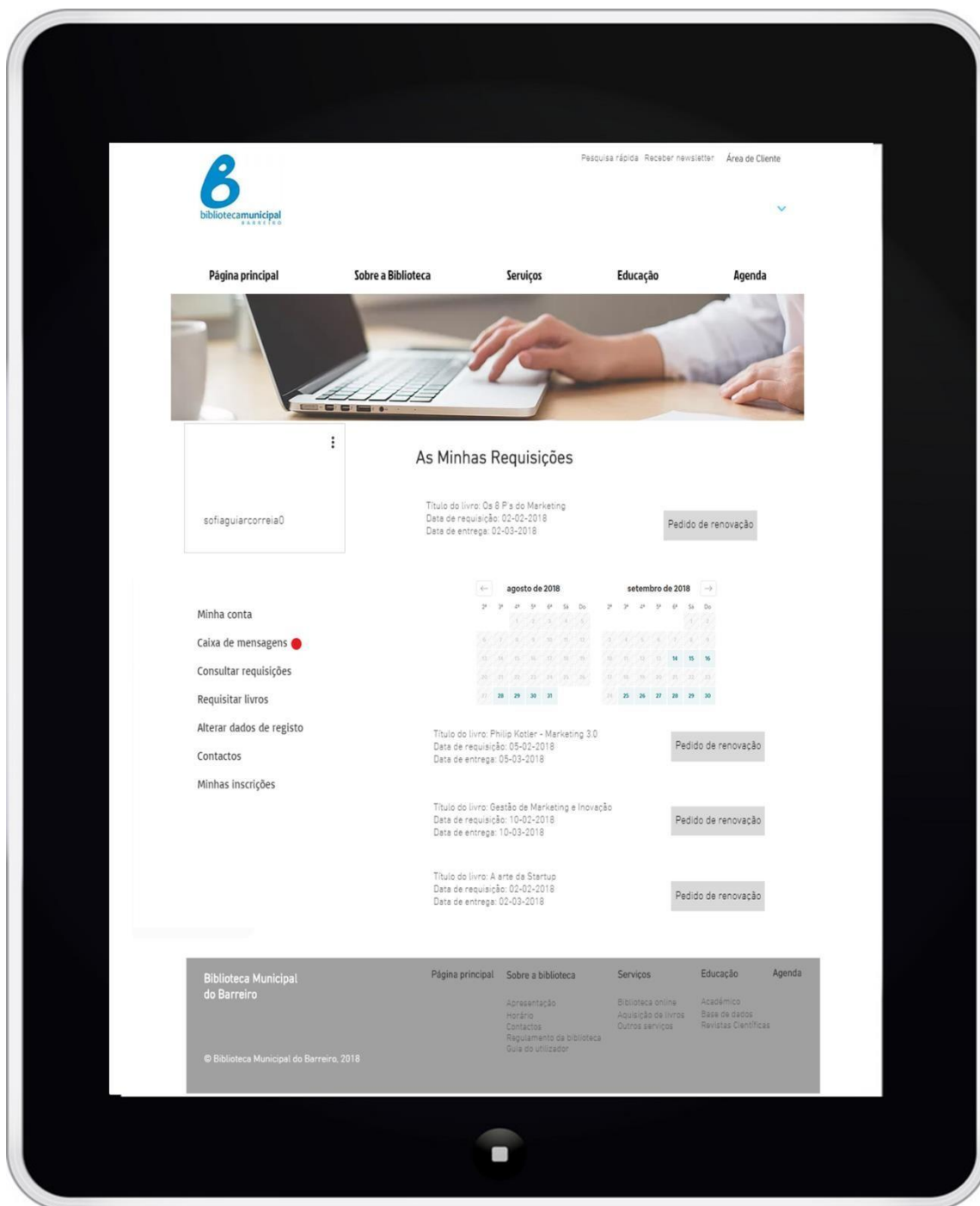


Ilustração 26 - Área de Cliente: As minhas requisições

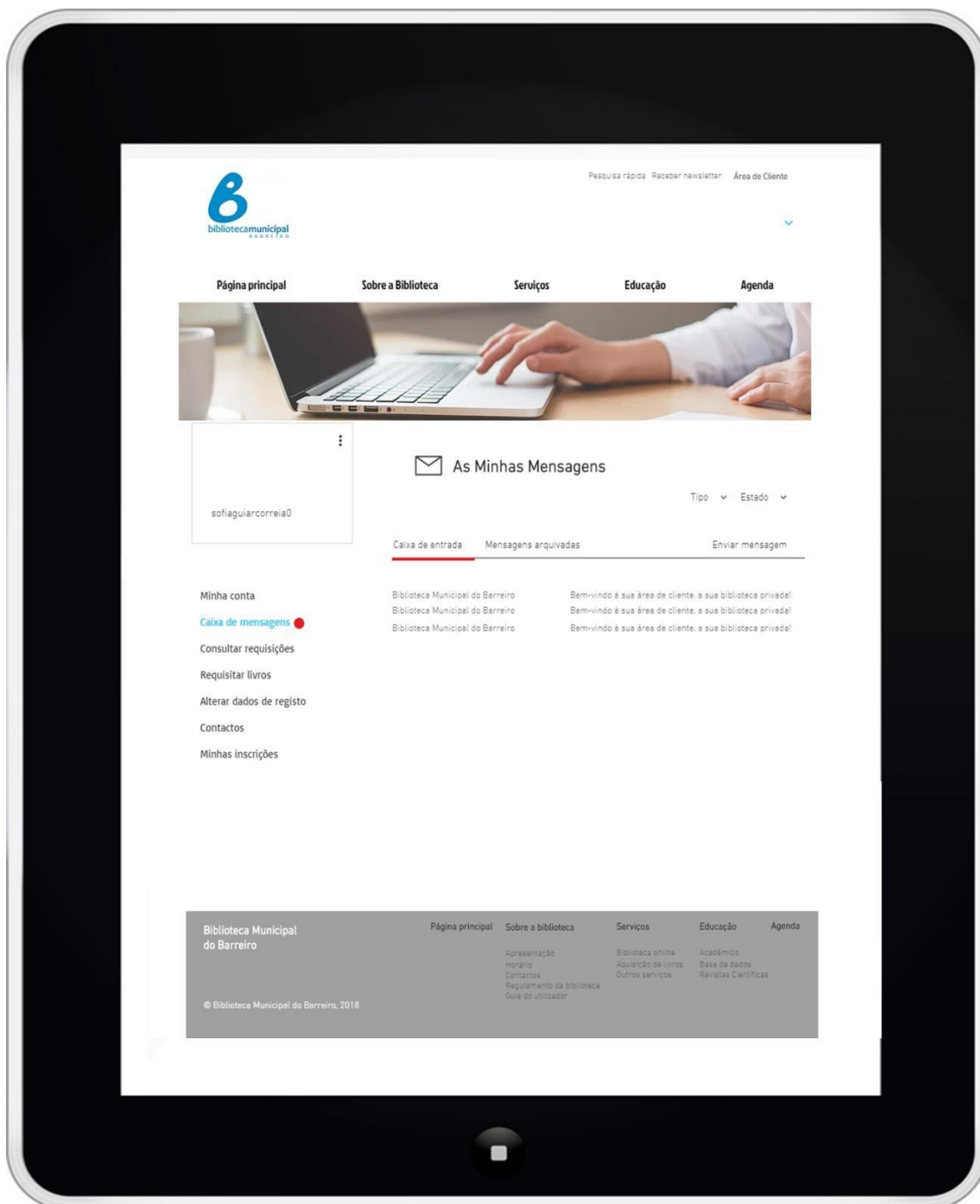


Ilustração 27 - Área de cliente: As minhas mensagens

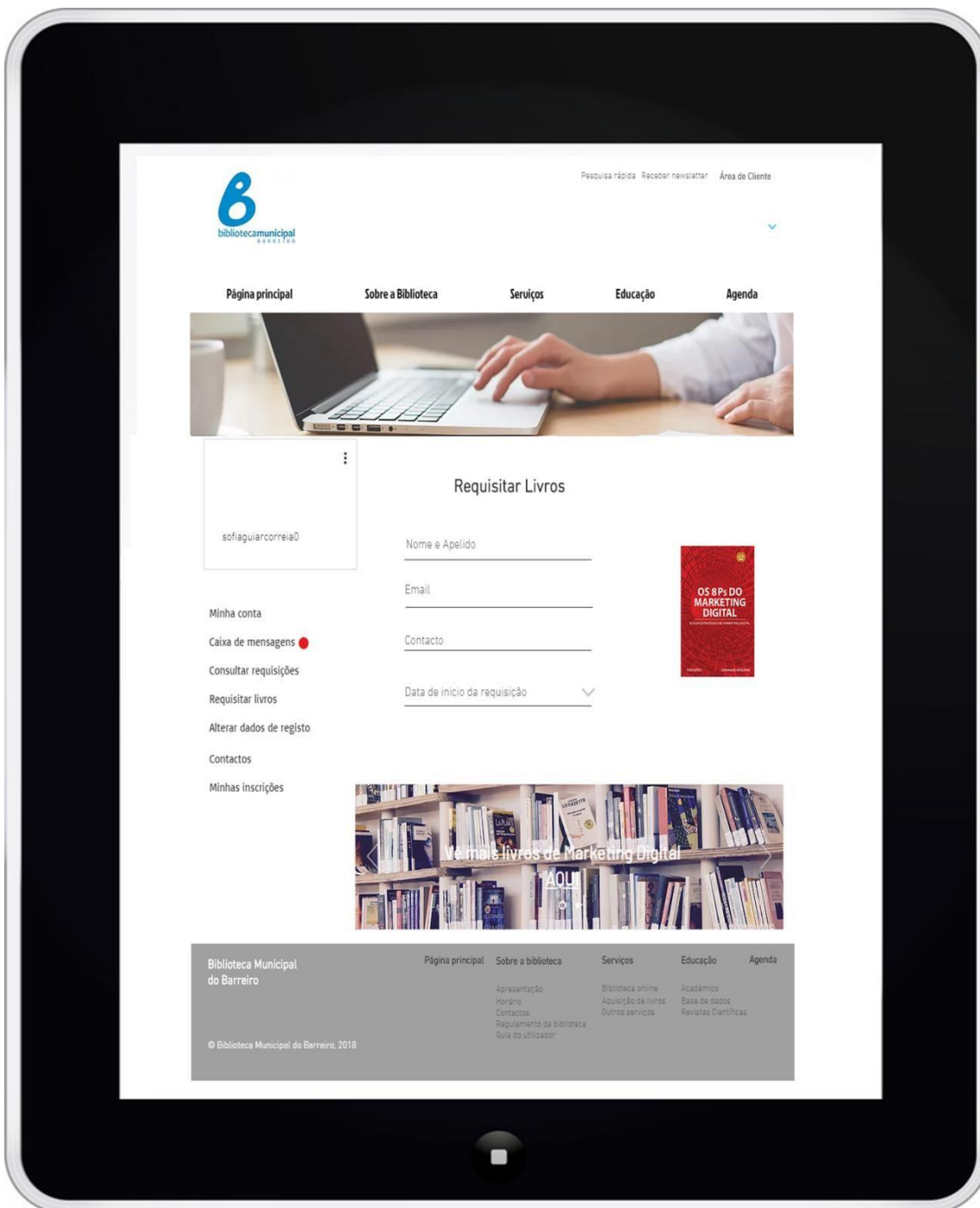
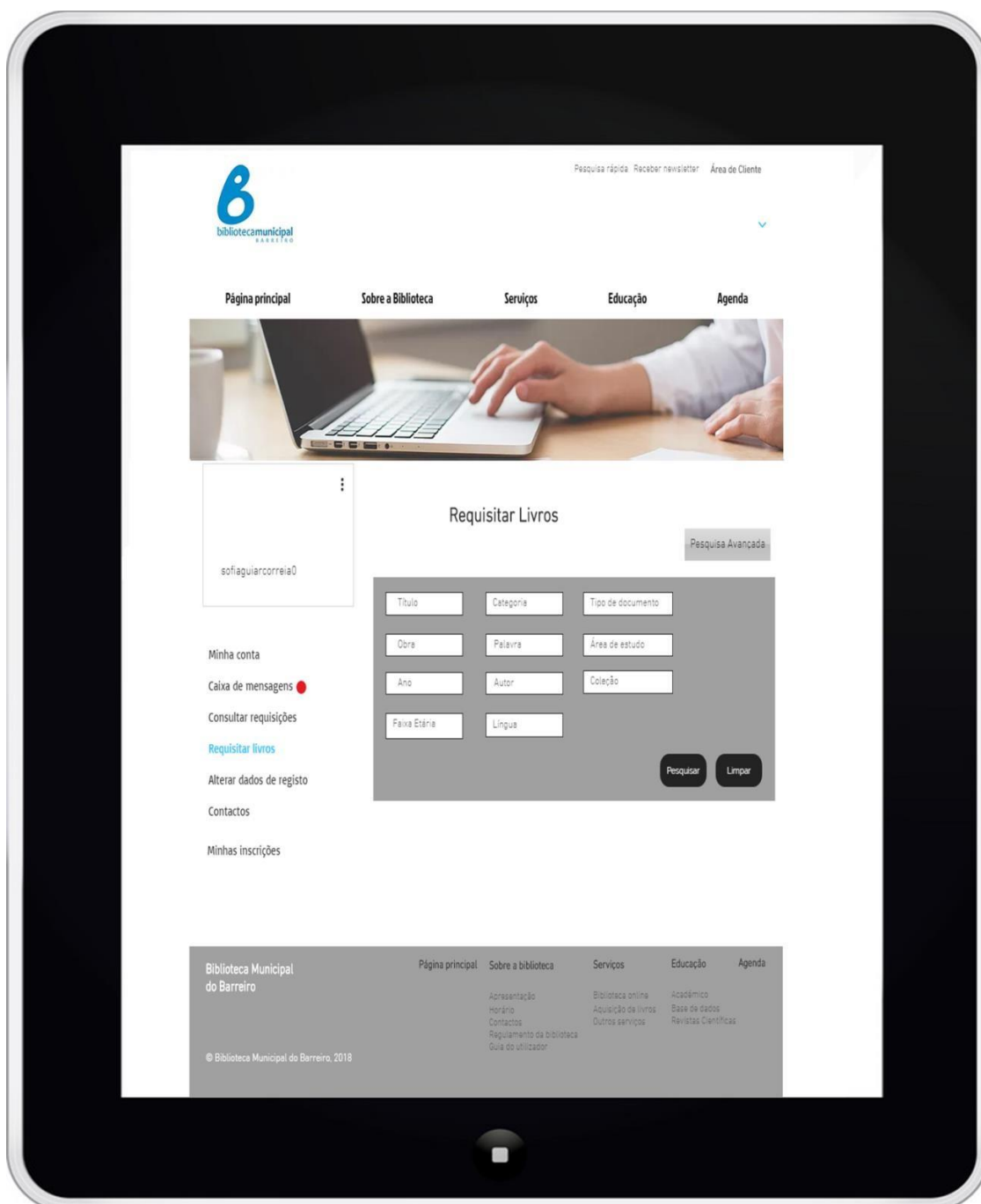


Ilustração 28 - Área de cliente: Requisitar livros



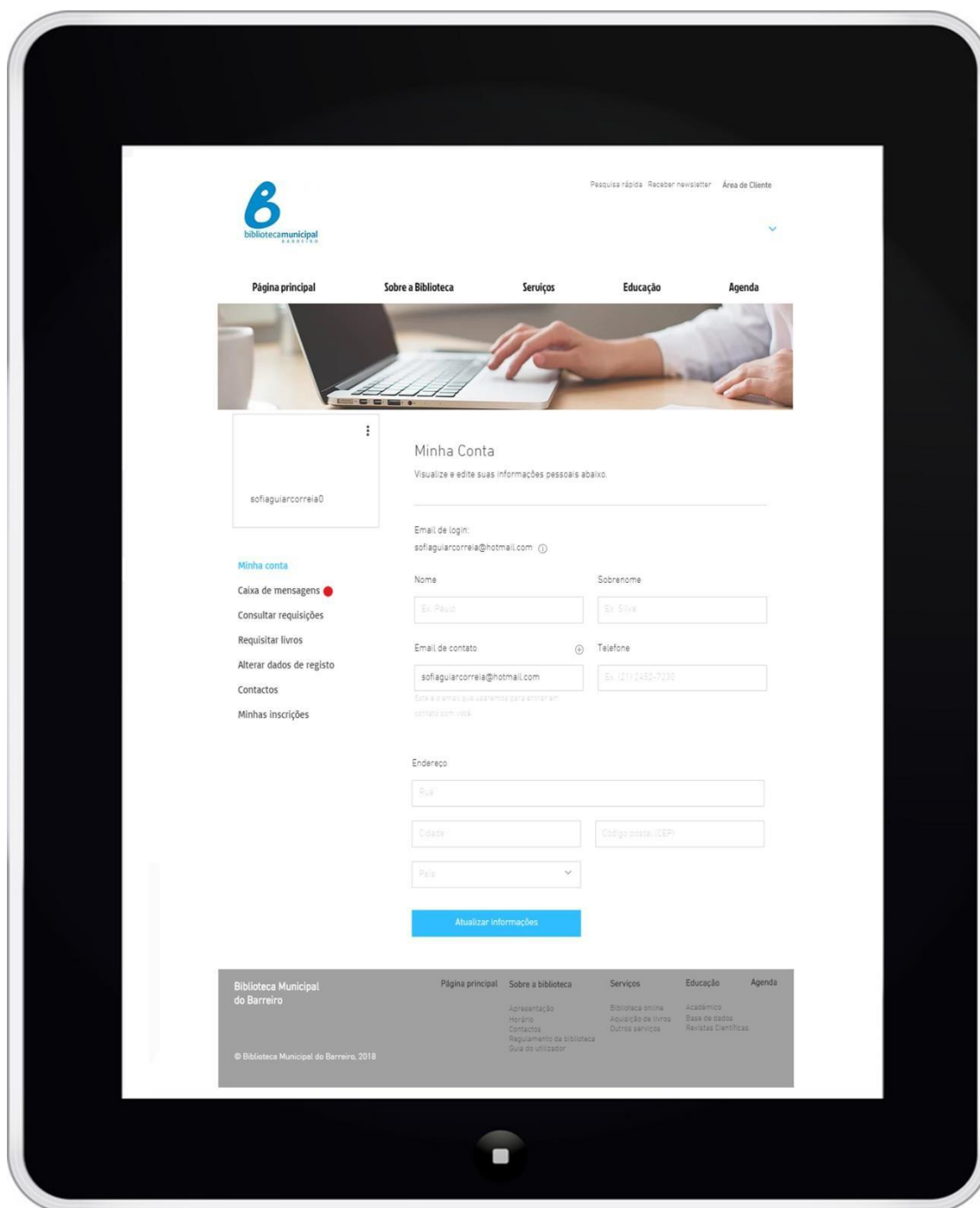
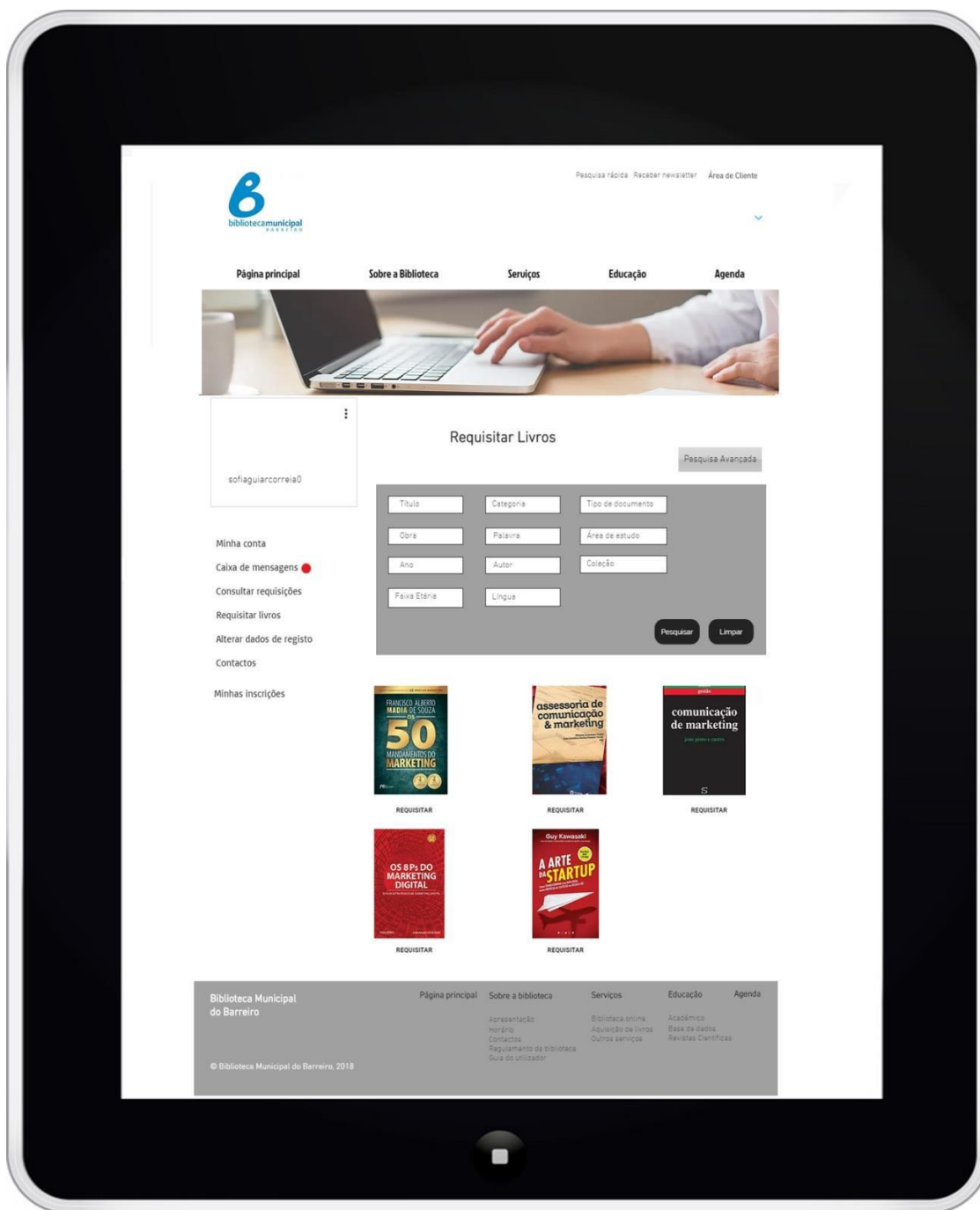
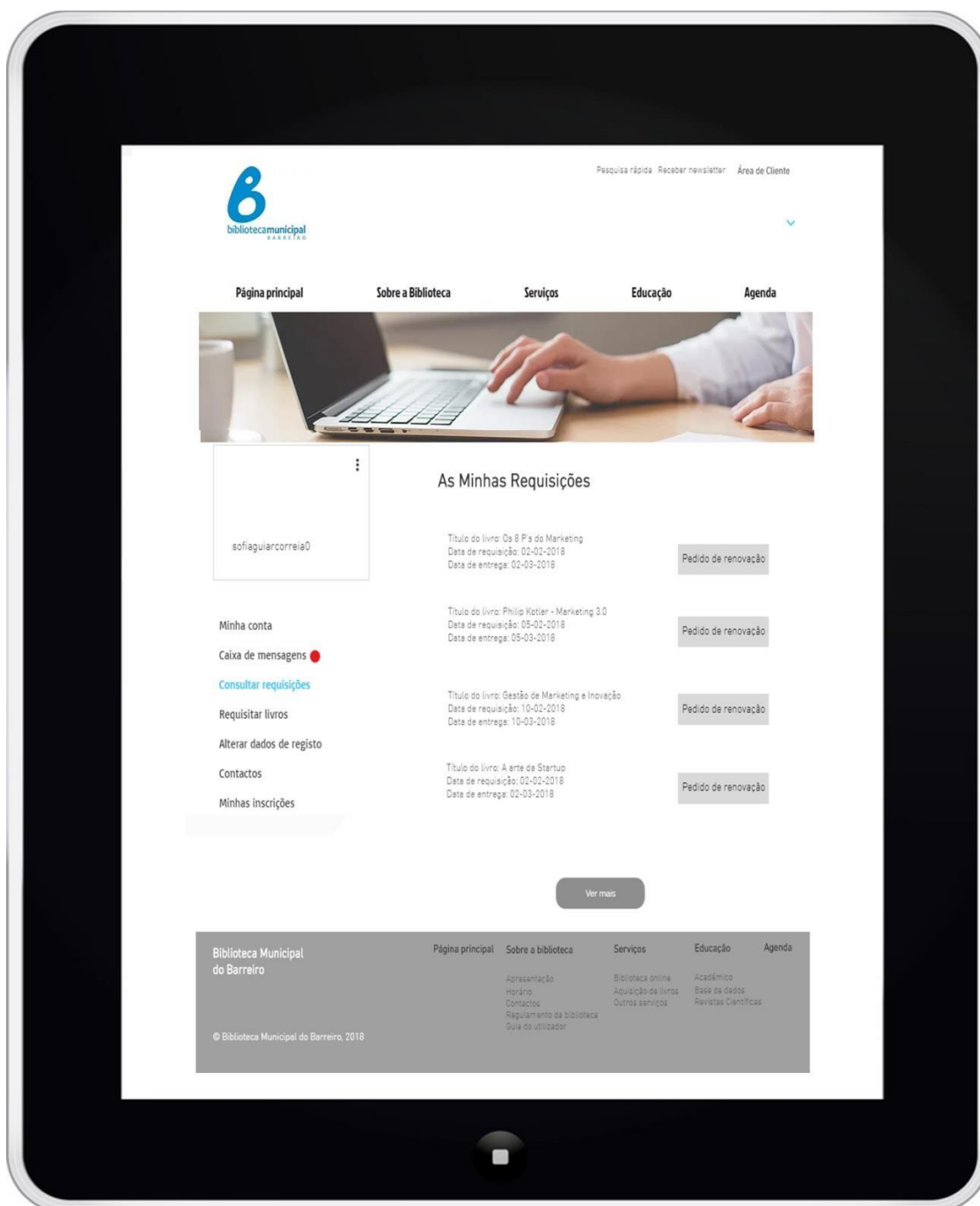


Ilustração 29 - Área de Cliente: A minha conta





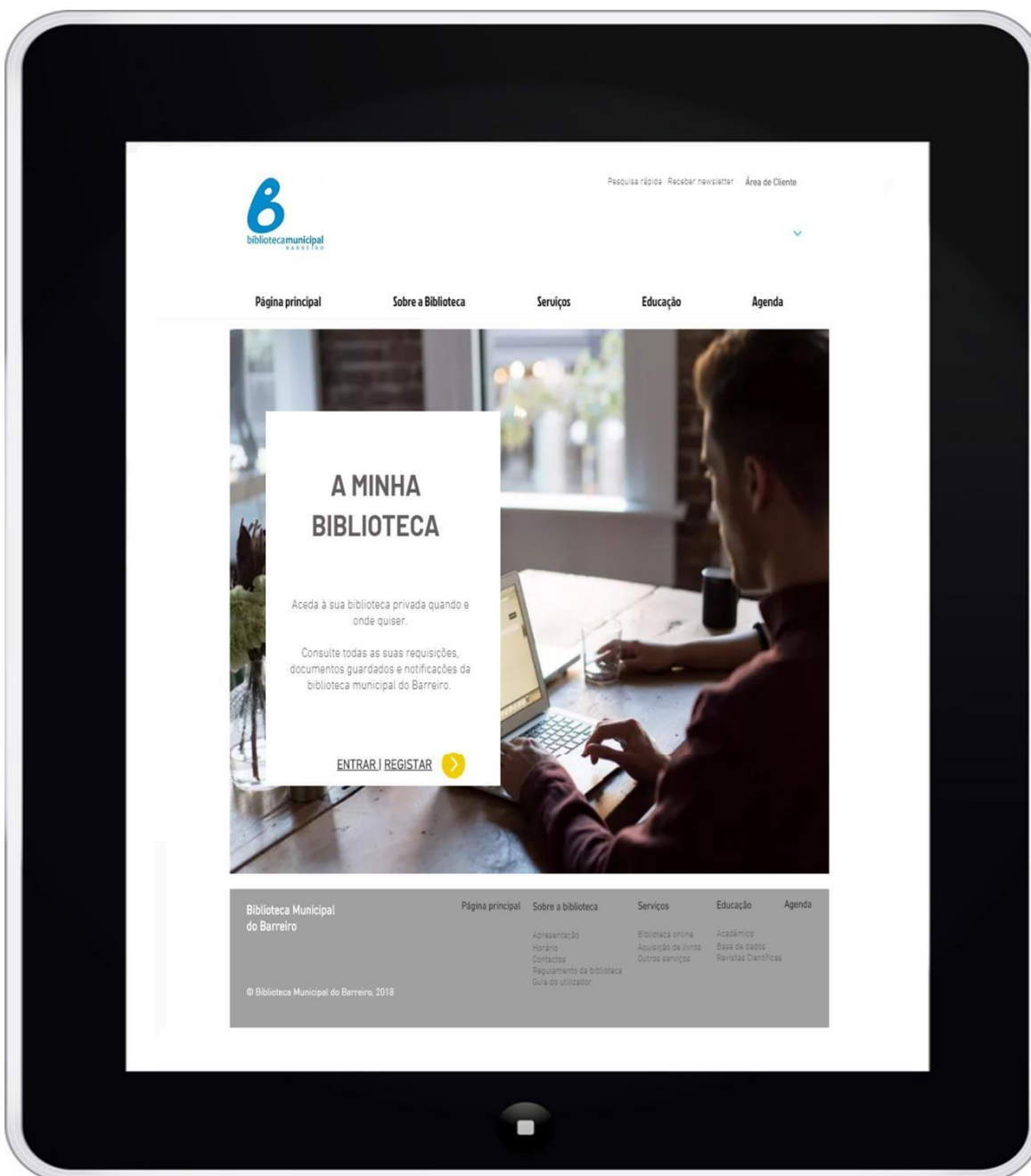


Ilustração 30 - Área de cliente: página de acesso

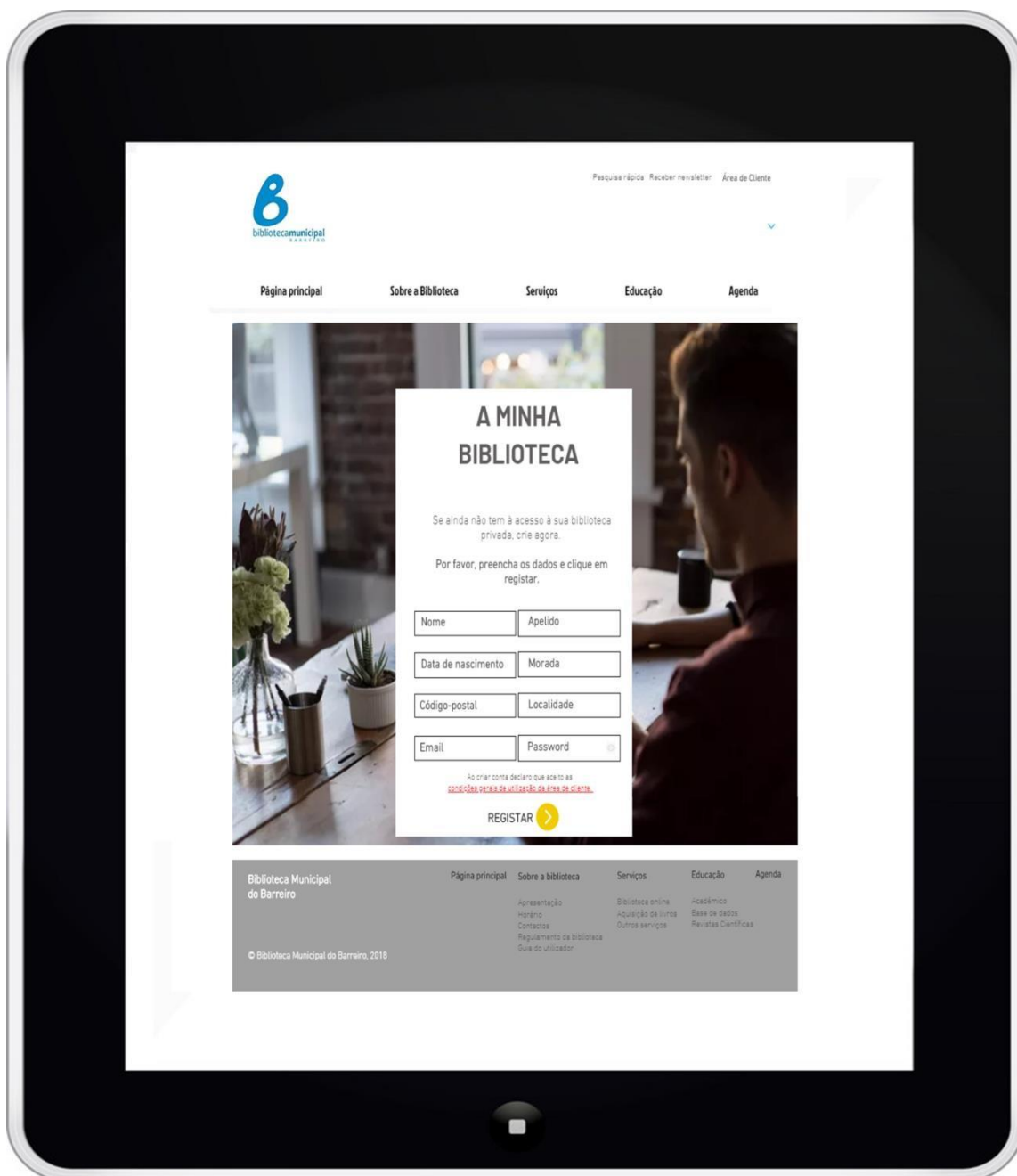


Ilustração 31 - Área de cliente: formulário de registo

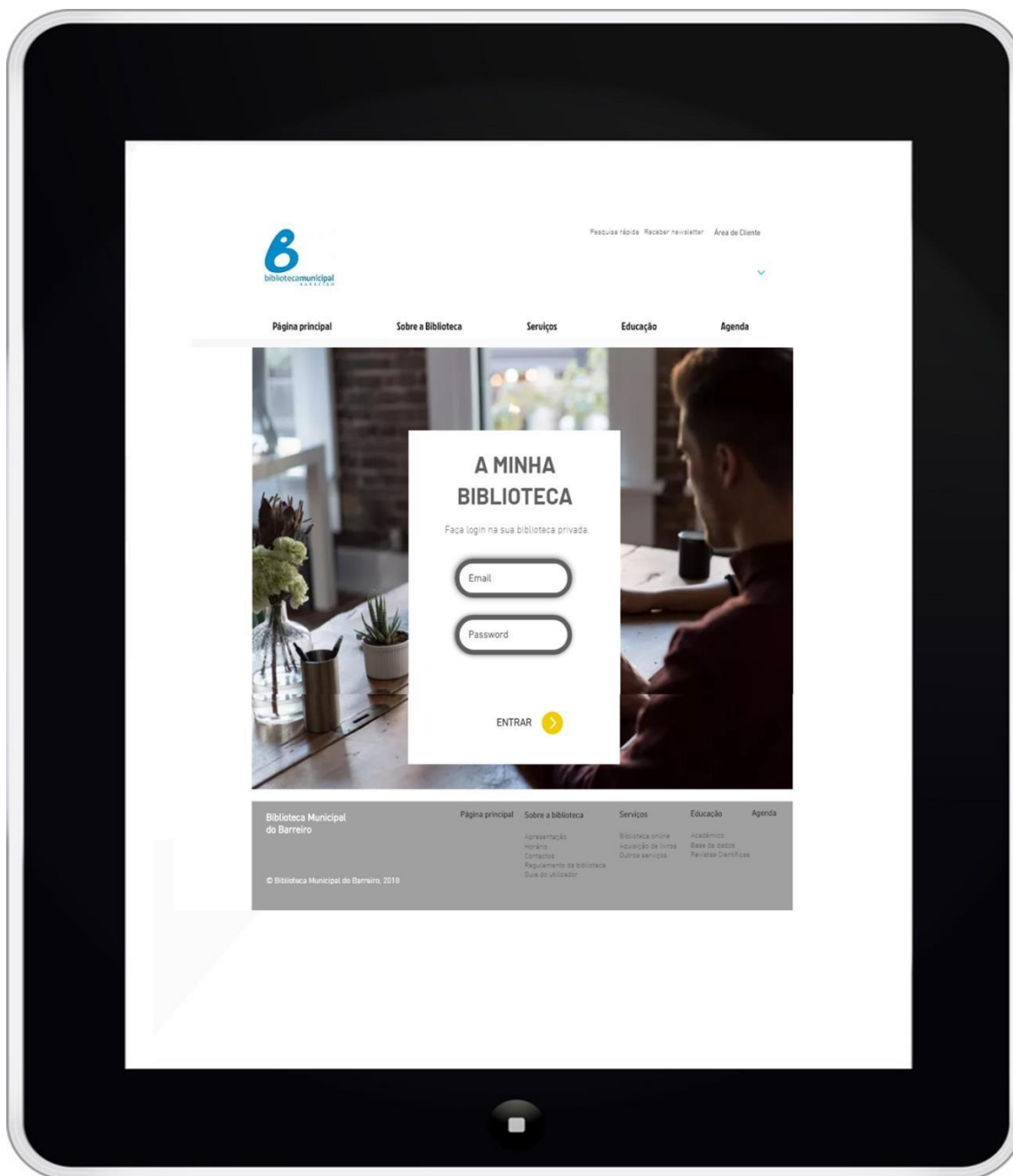


Ilustração 32 - Área de cliente: Login

Anexo 3 – Wireframes do *website*



