

Murilo Bastos da Cunha

Universidade de Brasília. Departamento de Ciência da Informação e Documentação.

Resenha:

Online Computer Library Center. *Perceptions of libraries and information resource*. Dublin, Ohio: OCLC, 2005. 290 p. ISBN: ISBN: 1-55653-364-0

O Online Computer Library Center (OCLC) divulgou, no final de novembro de 2005, uma excelente pesquisa intitulada *Perceptions of libraries and information resources*, na qual são analisados os hábitos e preferências na busca de informação. Essa divulgação pública deu continuidade à ação, iniciada em 2003, com a publicação do *OCLC Environmental Scan: Pattern Recognition* (URL: <http://www.oclc.org/membership/escan/>), no qual são identificados os problemas e tendências que estavam causando e/ou iriam causar impactos nas bibliotecas – um verdadeiro guia para os gestores de bibliotecas, preocupados com a elaboração do planejamento estratégico para as suas instituições e comunidades, em uma época de tantas mudanças.

O estudo recente, que contou com a participação de centenas de bibliotecários especialistas em *marketing* e de outros tipos de profissionais, coletou, em junho de 2005, dados de cerca de 3.300 respondentes da Austrália, Canadá, Índia, Singapura, Reino Unido e Estados Unidos. Tal estudo

procurou levantar um amplo conjunto de consumidores de informação. O objetivo era coletar dados de grupos de diversas faixas etárias e regiões geográficas. Também procurou-se entender melhor sobre os estudantes universitários como consumidores de informação, dentro e fora dos Estados Unidos. Devido às limitações orçamentárias e geográficas, o levantamento foi administrado eletronicamente e em inglês. Todos os respondentes, portanto, utilizam a Internet e tinham, de alguma forma, familiaridade com a utilização de recursos da Web (p. viii).

A pesquisa de 2003 resultou na identificação e análise das grandes tendências da área de informação como um todo. Entretanto,

não existiam estudos empíricos recentes que mostrassem, de forma abrangente, os papéis desempenhados pelas bibliotecas e pelos bibliotecários na infoesfera, do ponto de vista dos consumidores de informação. Como as bibliotecas são percebidas hoje pelos consumidores de informação? As bibliotecas ainda são importantes? Em que nível? O uso das bibliotecas irá crescer ou decrescer no futuro? (p. vii).

O levantamento objetivou conhecer o uso da biblioteca; o conhecimento e uso dos recursos eletrônicos da biblioteca; os mecanismos de busca da Internet, a biblioteca e o bibliotecário; a informação gratuita *versus* informação paga; a marca “biblioteca”.

O documento é dividido em cinco partes. Na primeira parte (*Bibliotecas e fontes de informação*), são abordados o uso da biblioteca, a familiaridade e a utilização das múltiplas fontes de informação, como os respondentes ficam cientes sobre as novas fontes de informação e suas impressões sobre as fontes de informação. Na segunda parte (*Usando a biblioteca: pessoalmente e em linha*), são analisadas as atividades na biblioteca, o conhecimento e a utilização dos recursos eletrônicos da biblioteca, o pedido de auxílio para usar os recursos informacionais, a familiaridade com o sítio web da biblioteca, os mecanismos de busca e como se manter atualizado com os recursos da biblioteca. A terceira parte (*A marca biblioteca*) aborda o valor dos recursos de informação eletrônica, o julgamento da confiabilidade da informação, a confiança nos recursos bibliotecários e nos mecanismos de busca, a informação livre *versus* informação paga, a validação da informação, os aspectos positivos e negativos associados à biblioteca, os livros: a marca biblioteca; a marca potencial: bibliotecas; os livros e informação. A penúltima parte (*Recomendações dos respondentes para as bibliotecas*) trata do papel da biblioteca na comunidade, a cotação dos serviços bibliotecários e as sugestões para as bibliotecas. A obra termina com a quinta parte (*Bibliotecas: uma marca universal?*), na qual se indaga, de forma provocativa, se o conceito biblioteca pode ser considerado como algo inerente a todos os países.

Mesmo considerando que os dados foram coletados junto a pessoas que possuíam acesso à Internet e residiam em países de língua inglesa, muitas de suas conclusões poderão ser aplicadas a outros contextos sociais, culturais e lingüísticos. Os resultados indicam que os usuários basicamente vêem as bibliotecas como lugares para pedir livros por empréstimo. Além disso, eles não estão a par do rico conteúdo eletrônico a que podem ter acesso por

meio das bibliotecas. Apesar de os consumidores de informação, de uma maneira geral, fazerem uso limitado desses recursos, eles continuam a acreditar nas bibliotecas como fontes confiáveis de informação. Pelos depoimentos de parcela dos usuários, parece que a “marca” biblioteca está datada. Um respondente de 33 anos de idade residente no Reino Unido afirmou: “Eu não a uso. Entretanto, é um bom lugar para a pesquisa, mas penso que a Internet é melhor para a informação rápida” (p. 11). Essa afirmativa pode ser chocante para alguns bibliotecários.

Ela mostra, porém, que a biblioteca atual precisa se adaptar aos novos tempos, avaliar os seus produtos e serviços, comunicar-se com mais intensidade, desenvolver um *marketing* mais agressivo e, principalmente, conhecer as necessidades e demandas informacionais dos diversos segmentos de usuários. O documento do OCLC deve ser conhecido e analisado por bibliotecários, educadores e demais profissionais envolvidos na provisão de informação.